

Mediakonvergenssi ja vertaismedia

Omaehtoinen julkaisutoiminta konvergoituvassa maailmassa

Aleksi Pohjola

Kulttuurialan opinnäytetyö
Viestinnän koulutusohjelma
Medianomi (AMK)

TORNIO 2014

TIIVISTELMÄ

LAPIN AMMATTIKORKEAKOULU, Kaupan ja kulttuurin osaamisala

Koulutusohjelma:	Viestinnän koulutusohjelma
Opinnäytetyön tekijä:	Aleksi Pohjola
Opinnäytetyön nimi:	Mediakonvergenssi ja vertaismedia. Omaehtoinen julkaisutoiminta konvergoituvassa maailmassa
Sivuja (joista liitesivuja):	53 (0)
Päiväys:	31.3.2014
Opinnäytetyön ohjaaja:	Jetta Huttunen
<p>Opinnäytetyöni aiheena on niin sanotun DIY-kulttuurin eli tee se itse -kulttuurin nykytilan määrittäminen ja se, miten DIY-kulttuuri ilmenee nykyajan digitalisoituneessa yhteiskunnassa. Olennaisena osana digitaalisen ajan DIY-kulttuuriin liittyvät mediakonvergenssi ja sen vaikutus yksilöiden ja yhteisöiden viestintäkulttuuriin ja sosiaaliseen kanssakäymiseen sekä vertaismediat, jotka luovat uusia osallistumismahdollisuuksia ihmisille.</p> <p>Opinnäytetyöni teoreettinen viitekehys perustuu useaan eri lähdemateriaaliin eikä varsinaista pääteosta voida määritellä. DIY-kulttuurin kartoittamisessa olen turvautunut pääosin David Gauntlettin Making is Connecting –teokseen (2011). Muita keskeisiä teoksia opinnäytetyössäni on Janne Seppäsen ja Esa Väliiverosen Mediatyhteiskunta (2012) sekä Pekka Aulan, Janne Matikaisen ja Mikko Villin toimittama Verkkoviestintäkirja (2008).</p> <p>Opinnäytetyöni on toiminnallinen ja sen teososa muodostuu verkkolehti Kollauksesta, jonka olen perustanut ystäväni kanssa ja jossa olen toiminut myös toisena päätoimittajana. Pyrin refleктоimaan Kollauksen kautta DIY-kulttuurin kehitystä digitaalisen ajan konvergoituvassa mediamaisemassa omakohtaisien kokemusten kautta sekä pohdin ihmisten motiiveja tuottaa ilmaista sisältöä muiden käytettäväksi.</p> <p>Teoreettisen aineiston ja teososan reflektionin jälkeen tulin siihen johtopäätökseen, että ihmiset osittain ajattelemaan tuottavat omaehtoista sisältöä vertaismedioihin. Vertaismedioiden ja sosiaalisen median palveluntarjoajat kannustavat ihmisiä tähän, koska se on osa heidän liikeideaansa. Sosiaalista mediaa ei voisi olla ilman, että ihmiset eivät tuottaisi sinne omaehtoista mediasisältöä. Ihmisten vuorovaikutusmahdollisuudet sekä kanavat ovat lisääntyneet teknologisen kehityksen ja konvergenssin myötä. Se antaa lisämahdollisuuksia ihmisille toteuttaa itseään, mutta myös erilaisille ala- ja vastakulttuureille uusia toiminta- ja viestintämahdollisuuksia ja vaikuttamiskanavia.</p>	
Asiasanat: vertaismedia, blogit, mediakonvergenssi, omaehtoinen julkaisutoiminta, DIY-kulttuuri	

ABSTRACT

LAPLAND UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES, Business and culture

Degree programme:	Degree program in Media communication
Author:	Aleksi Pohjola
Thesis title:	Media convergence and citizen journalism, self-publishing in digital society
Pages (of which appendixes):	53 (0)
Date:	31.3.2014
Thesis instructor:	Jetta Huttunen
<p>The topic of my thesis research is the so called do it yourself culture, i.e. DIY culture. The aim of my thesis is to find out how the do it yourself culture is taking shape in today's digitalized society where media convergence is changing people's ways to communicate and make media content.</p> <p>The theoretical framework of my thesis is based on many sources and literature and therefore I do not have any main source to draw from. When discussing the DIY culture, the main source is a book by David Gauntlett, <i>Making is Connecting</i> (2011). Other important sources that I used are Janne Seppänen's and Esa Väliverronen's book called <i>Mediayhteiskunta</i> (2012), and Pekka Aula's, Janne Matikainen's and Mikko Villi's book called <i>Verkkoviestintäkirja</i> (2008).</p> <p>My thesis is practice-based. I utilize a DIY culture based project called Kollaus in my theoretical context. By using the Kollaus project, the objective is to reflect on how media convergence is changing the DIY culture from my own point of view. Further, I discuss people's motives when they make content accessible free of charge for others to use.</p> <p>My conclusion is that people do not always realize that they are actually practicing the DIY culture when they are making media content for social media. They are doing that for free, which is allegedly good for the business that companies are doing – a platform built for that content. Today, people have much more opportunities and channels to choose from in order to use and materialize their own imagination, in addition to which media convergence is offering people new ways to communicate.</p>	
Key words: citizen journalism, media convergence, blogs, communication, DIY - culture	

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ	2
ABSTRACT	3
SISÄLLYS	4
1 JOHDANTO	6
2 DIY-KULTTUURI	8
2.1 John Ruskin.....	8
2.2 William Morris.....	9
2.3 The Arts and Crafts -liike.....	10
2.4 1960-luvun kritiikki koululaitosta kohtaan ja The Whole Earth Catalog	11
2.5 Punk ja Zine	13
2.6 DIY-kulttuuri digitaalisella aikakaudella	14
3 MEDIAKONVERGENSSI.....	16
3.1 Mediakonvergenssin tausta	16
3.2 Teknologinen konvergenssi	17
3.3 Sisällöllinen konvergenssi.....	18
3.4 Taloudellinen konvergenssi	19
3.5 Kulttuurillinen konvergenssi	19
3.6 Sosiaalinen konvergenssi	20
3.7 Sosiaalinen media osana mediakonvergenssia.....	21
4 VERTAISMEDIA.....	23
4.1 Vertaismedia käsitteenä	23
4.2 Mediakonvergenssi ja vertaismedia	24
4.3 Blogit suunnannäyttäjinä.....	24
4.4 Motiivit.....	26
4.4.1 Yksilölliset motiivit.....	26
4.4.2 Yhteisölliset motiivit.....	27
4.4.3 Osallistumistalous	28
4.4.4 Mediamurroksen vaikutus tekijöihin.....	30
4.5 Vertaismedian tulevaisuus	31
5. VERKKOLEHTI KOLLAUS	33
5.1 Printistä digitaalisuuteen	33
5.2 Mikä on Kollaus?	34

5.3 Mediakonvergenssin vaikutus Kollauksen konkreettiseen ilmenemismuotoon ...	35
5.3.1 Teknologisen konvergenssin vaikutus Kollaukseen	36
5.3.2 Sisällöllisen konvergenssin vaikutus Kollaukseen.....	37
5.3.3 Kulttuurillisen konvergenssin vaikutus Kollaukseen.....	38
5.3.4 Sosiaalisen konvergenssin ja –median vaikutus Kollaukseen.....	39
5.4 Kollaus osana digitaalisen ajan DIY-kulttuuria	40
5.5 Kollauksen tekemisen motiivit.....	42
6 JOHTOPÄÄTÖKSET.....	45
7 POHDINTA	50
LÄHTEET.....	52

1 JOHDANTO

Toiminnallisessa opinnäytetyössäni tutkin mediakonvergenssin vaikutusta do it yourself -kulttuuriin (tekstissä myöhemmin myös DIY-kulttuuri sekä tee se itse -kulttuuri) ja sen digitaalisiin ilmenemismuotoihin, vertaismedioiden sisällöntuotantoon ja tiedon jakamisen kulttuuriin. Pyrin selvittämään, mitkä ovat ihmisten motiivit tuottaa omaehtoista sisältöä vertaismedioihin ilman rahallista korvausta sekä etsin vastauksia siihen, onko DIY-kulttuuri liukumassa sosiaalisen ja kulttuurillisen konvergenssin myötä ala- ja vastakulttuureista valtavirtaan siten, etteivät ihmiset edes ymmärrä tämän sisällöntuottamiskulttuurin muutoksen olevan käynnissä.

Yläasteella reppuani koristi anarkian symbolina tunnettu ympyröity A sekä Kurt Cobainin kasvokuva, jonka alapuolelle oli kirjoitettu fraasi ”do it yourself”. Niin anarkismi aatteena kuin do it yourself -lauseen perimmäinen sisältö oli vielä tuossa iässä varsin hämärää. Musiikkityyli grunge Nirvanan ja Kurt Cobainin johdolla oli kuitenkin merkittävä osa nuoruuttani ja fraasi ”do it yourself” jäi pyörimään mieleeni. Mitä sillä tarkoitettiin? Mitä sillä todellisuudessa haluttiin sanoa? Silloin ajattelin anarkian sekä grungen ja punkin esille nostaman DIY-kulttuurin keskisormeksi rajoituksille ja kahleille, joita yhteiskunta instituutionallisilla järjestelmillä yrittää kansalaisille rakentaa. Se oli kannotto vapaalle elämälle ja kapinaa rajoituksia vastaan. Se näyttäytyi minulle ennen kaikkea ideologisena aatteena, elämäntapana ja asenteena, jonka aatteellisen pohjan loin itse päässäni. Tuolloin en suinkaan osannut mieltää anarkiaa poliittiseksi aatteeksi ja yhteiskuntajärjestelmäksi saati tuntenut sen monia eri alahaaroja. Se oli yksinkertaisesti vain unelmaa vapaudesta ja on sitä osittain edelleenkin.

Opinnäytetyöni toiminnallisen osan muodostaa verkkolehti Kollaus, joka on DIY-kulttuuria niin konkreettisessa muodossa kuin myös aatteen puolesta. Se on vapaaehtoisin voimin tehtävä verkkolehti, jonka konkreettiseen ilmenemismuotoon on merkittävästi vaikuttanut mediakonvergenssi ja sen tuomat uudet mahdollisuudet tuottaa ja jakaa sisältöä. Pyrin Kollauksen kautta refleктоimaan DIY-kulttuuria ja sen muutosta, mutta myös mediakonvergenssia ja vertaismedioiden syntyä ja vaikutusta yhteiskuntaan.

Opinnäytetyöni koostuu kolmesta pääluvusta. Ensimmäisessä pääluvussa käsittelen DIY-kulttuurin historiaa ja kehitystä aina 1800-luvun viktoriaanisen ajan teollistumisesta lähtien kohti nykypäivää ja digitalisoitunutta DIY-kulttuuria. Mielestäni on tärkeää

ymmärtää ilmiön historia sekä siihen vaikuttaneet historiallisen tapahtumat. Yhteiskunnan rakenne- ja työkulttuurin muutokset loivat aikoinaan pohjan DIY-kulttuurille. Reilussa 200 vuodessa se on ammentanut itseensä vaikutteita yhteiskunnan muutoksista niin aatteellisesti kuin myös teknologisesti muotoutuen siihen pisteeseen, missä se tällä hetkellä on. DIY-kulttuuria käsittelevän luvun pääasiallisena lähteenä käytän David Gauntlettin *Making is Connecting – The social meaning of creativity, from DIY and knitting to Youtube and Web 2.0* –teosta (2011).

Toisessa pääluvussa käsittelen mediakonvergenssia. Pilkon mediakonvergenssin pienempiin alakäsitteisiin ja käsittelen niitä jokaista teoreettisesta näkökulmasta selvittäen niiden vaikutuksen yhteiskuntaan ja vallitsevaan mediamaisemaan. Pyrin myös tuomaan termit käytännön tasolle selvittämällä, miten mediakonvergenssin eri osa-alueet ovat vaikuttaneet yhteiskunnan tapaan viestiä. Pääteoksina käytän Pekka Aulan, Janne Matikaisen ja Mikko Villin toimittamaa *Verkkoviestintäkirja* –teosta (2008) joka koostuu useasta eri kirjoittajasta sekä Janne Seppäsen ja Esa Väliwerrosen *Mediayhteiskunta* –teosta (2012).

Kolmannessa pääluvussa käsittelen vertaismedioita. Pyrin selvittämään, mitä vertaismedia käsitteenä tarkoittaa ja miten mediakonvergenssi on vaikuttanut vertaismedioiden syntyyn. Pohdin myös sitä, mihin suuntaan vertaismediat mahdollisesti tulevaisuudessa ovat menossa. Lisäksi selvitän ihmisten motiiveja tuottaa omaehtoista mediasisältöä vertaismedian eri alustoille ilman rahallista korvausta.

Opinnäytetyöni lopuksi reflektoin teososaani, verkkolehti Kollausta, näihin kolmeen päälukuun ja pyrin selvittämään sen, miten DIY-kulttuuri on sopeutunut ja muuttunut yhteiskunnan digitalisoitumisen ja viestintäkulttuurillisten muutosten rinnalla ja mitkä motivaattorit ajavat minut uhraamaan omaa vapaa-aikaani ilmaisen mediasisällön luomiseen ja jakamiseen.

2 DIY-KULTTUURI

DIY-lyhenne tulee sanoista do it yourself, joka suoraan suomennettuna tarkoittaa *tee se itse*. DIY-kulttuuri on vakiintunut myös suomen kielen termistöön ja sitä käytetään yleisesti suomennetun *tee se itse* -termin rinnalla. Etenkin sisustus-, askartelu- ja rakennuslehdissä sitä näkee käytettävän suhteellisen yleisesti. Myös virallisten julkaisujen ulkopuolella esimerkiksi ihmisten YouTubeen lataamien ohjevideoiden otsikoissa DIY-lyhennettä näkee käytettävän lähes poikkeuksetta.

Tänä päivänä lyhenne DIY liitetäänkin usein arkisiin pikku askareisiin, jotka liittyvät usein ihmisten urbaaniin elinympäristöön ja kotiin. Tällaisia DIY ratkaisuja ovat esimerkiksi kirjahyllyn rakentaminen itse kaupasta ostetun sijaan tai viemäriputkien korjaaminen ilman ammattiapua. (Gauntlett 2011, 49.)

Käsittelen tässä kappaleessa DIY-kulttuurin juuria aina 1800-luvulla alkaneesta viktoriaanisesta ajasta lähtien, jolloin teollinen vallankumous muutti ihmisten elämää ja käsitystä työstä hyvinkin voimakkaasti ja etenen kohti nykyaikaa ja tämän päivän DIY-kulttuuria. Mielestäni on tärkeää ymmärtää ilmiön syntyhistoria ja siihen vaikuttaneet suuntaukset sekä historialliset tapahtumat ja kehitykset, sillä olemme jälleen yhden työ-kulttuuria muuttavan murroksen – jälkiteollistumisen ja internetin vallankumouksen – kourissa, joka on jo muuttanut ja tulee vielä entisestään muuttamaan ihmisten työ-kulttuuria ja yhteiskuntaan liittyviä osallistumismahdollisuuksia sekä -kanavia.

2.1 John Ruskin

DIY-kulttuurin juurien kartoittaminen voidaan aloittaa 1800-luvun alkupuolelta ja henkilöstä nimeltä John Ruskin (1819-1900). Ruskin oli viktoriaanisen ajan taiteilija, kirjailija, runoilija sekä yhteiskunnallinen vaikuttaja ja ajattelija. (John Ruskin 2014, hakupäivä 31.3.2014.) Viktoriaaninen aikakausi katsotaan olleen Britannian teollisen vallankumouksen huippukausi, joka kesti vuodesta 1837 vuoteen 1901. Se on nimetty kuninkatar Viktorian mukaan (Viktoriaaninen aikakausi 2013, hakupäivä 12.3.2014).

Ruskin oli suuri goottilaisen taiteen ja rakennustyylin ihailija ja pohti paljon goottilaista arkkitehtuuria ja sen rakentajia. Kirjassaan *The Nature of Gothic* Ruskin erottelee luovan työn ja mekaanisen työn toisistaan. Hän sanoo, että ihmisen voi kyllä pakottaa työs-

kentelemään kuin työkalun ja seuraamaan tarkasti mestarinsa ohjeita, mutta silloin ihmisen todellinen luonne rikotaan ja hänen sielunsa ja luovuutensa kahlitaan. Sen sijaan, että ihmisen sielu ja luovuus kahlitaan tiukoilla ohjeilla ja käskyillä, Ruskin esittää vaihtoehdoksi sen, että työntekijän annetaan kuvitella, miettiä, yrittää ja tehdä sitä, minkä hän kokee itse arvokkaaksi. Tämä saattaa toki johtaa Ruskinin mielestä karkeaan työjälkeen, epäonnistumisiin tai häpeään, mutta samalla se on myös keino joka määrittää koko yksilöllisyyden. (Gauntlett 2011, 30.)

Ruskin eli siis muutoksen aikakaudella, jossa keskiaikaisen käsityöläisyyden ja viktoriaanisen ajan teollistumisen suuri kontrasti työnteon kulttuurissa ajoi Ruskinin kritisoi-
maan teollistumisen mukanaan tuomaa kapitalistista tehokkuutta, jossa kokonaisuus pilkotaan pienempiin osiin ja työntekijät vastaavat vain yhdestä, tarkasti spesifioidusta työtehtävästä entisen kokonaisvaltaisen prosessin sijaan. (Gauntlett 2011, 31.) Ruskin valoi siis käytännössä DIY-kulttuurin perustukset jo 1800-luvulla kritisoimalla työn jakamista pieniin, erillisiin osiin.

2.2 William Morris

Toinen merkittävä henkilö viktoriaanisen ajan ajattelijana ja vaikuttajana, jonka perintö näkyy nykyisessä DIY-kulttuurissa, on taiteilija, graafikko, arkkitehti, prosaisti, runoilija sekä sosialisti William Morris (1834 – 1896) (William Morris 2014, hakupäivä 12.3.2014) William Morris kiinnitti jo opiskelijana huomiota John Ruskinin ajatuksiin. Morris uskoi yksilön ilmaisuvapauden olevan niin elintärkeä osa ihmistä, että jos se pilkotaan pienempiin tehtäviin, kuten Ruskinin esittämässä analyysissä kapitalismin tehokkuustavoittelusta jossa työtehtävät pilkotaan osiin, muuttuu koko systeemi (yhteiskunta) nopeasti sairaaksi. (Gauntlett 2011, 34.)

William Morris oli aikaansa edellä oleva ajattelijana, joka pelkäsi teollisen kapitalismin ajavan ihmiset pois luonnollisesta rakkaudesta luontoon, luovuudesta ja puhtaasta ilmasta niin sanottuihin valehaluihin, joilla ihmiset saavat tyydytettyä halunsa ja tarpeensa nopeasti ja helposti. Morris ajatteli myös ympäristöarvoja ja kestävyyttä heti teollistumisen alkuvaiheessa ja oli huolissaan sen aiheuttamista ympäristöongelmista ja saastumisesta. Hän argumentoi kestävä suhteen luontoon olevan ihmisen selviytymisen kannalta olennainen osa ja tieteen palvelevan vain kapitalistisen systeemin voitonta-

voittelua, eikä sillä ole esimerkiksi pyrkimystä lievittää ja keksiä ratkaisuja teollistumisen aiheuttamiin muutoksiin ympäristössä. (Gauntlett 2011, 39.)

2.3 The Arts and Crafts -liike

Arts and Crafts -liike syntyi englannissa 1800-luvun puolen välin jälkeen. Ensimmäisen kerran itse termiä ”Arts and Crafts” käytettiin 1887. Liikkeen kukoistuskausi kesti ensimmäiseen maailmansotaan asti. (Gauntlett 2011, 47.)

The Arts and Crafts -liike pohjautui ideologialtaan pitkälti John Ruskinin sekä William Morrisin ajatuksiin, joista jälkimmäinen oli liikkeen yksi johtohahmoista. The Arts and Crafts -liikkeen ydinajatus oli se, että kaikki luova työ tuli olla yhtä arvostettua sekä käsin tehdyllä työllä ilmaistiin myös yksilön itsenäistä elämää. Koneellinen työ taas, joka jaoteltiin Ruskinin oppien mukaisesti moneen eri työvaiheeseen, koettiin puuduttavaksi ja yksitoikkoiseksi. (Gauntlett 2011, 47.)

Liike levisi myös Amerikkaan, missä sen ideologiaan yhdistyi sellaisia käsitteitä kuten omavaraisuus, yksilöllisyys, mutta myös yhteisöllisyys sekä tietynlainen yhteys luontoon ja sen yhteyden romantisointi. (Gauntlett 2011, 47.)

Amerikassa Arts and Craft -liike sai osakseen elementtejä, joita me myöhemmin aloimme kutsua DIY-kulttuuriksi. Koneelliset ja teolliset menetelmät hylättiin, koska niiden pelättiin tuhoavan yksilölliset työntekijät. Arts and Craft -liike kuitenkin tuotti itse niin kauniita käsintehtyjä tuotteita, joita tavallisen työntekijän oli käytännössä mahdoton tehdä, että oli vaarana liikkeen eräänlainen elitistisyys ja nouseminen tavallisen ihmisen yläpuolelle. Tähän ideologiseen paradoksiin yritettiin vastata yksinkertaisella fraasilla: Do it yourself. (Gauntlett 2011, 48.) Lopulta tarvittiin ajatuksen jatkojalostamista, jotta elitismin viitta voitiin vetää syrjään. Tämän jatkojalostuksen toteutti Gustav Stickley.

Gustav Stickley (1858 - 1942) oli huonekalujen tekijä, muotoilija sekä julkaisija. Hän julkaisi vuosina 1901 – 1916 lehteä nimeltä The Craftsman. The Craftsman keskittyi ensimmäisissä numeroissa käsittelemään Ruskinin ja Morrisin elämää, filosofioita ja ideologioita, mutta myöhemmin hän myös jalosti heidän ajatuksiaan eteenpäin. Gustav

Stickley jalostuksen myötä kehittyi selvä ja tunnistettava amerikkalainen versio brittiläisestä The Arts and Craft -liikkeestä. (Gauntlett 2011, 49.)

Stickley uskoi yksinkertaiseen, demokraattiseen taiteeseen. Hän julkaisi The Craftsmanissa työsuunnitelmia omista töistään ja vaikka se osaltaan haittasi hänen omaa elannonhankintaa, joka siis lähtökohtaisesti oli myydä uniikkeja tavaroita kuten huonekaluja, hän tavallaan loi uudelleen käsitteen, jota myöhemmin digitaalisella aikakaudella tultaisiin kutsumaan open source -termillä, eli avoimeen lähdekoodiin perustuvana ohjelmistona, jonka suojaamatonta koodia jaetaan jotta ihmiset ympäri maailmaa pystyisivät käyttämään ja parantelemaan sitä. Näin myös Stickley toimi jakaessaan oman ammattitaitonsa ”lähdekoodia” ilmaiseksi lehdessään, jotta ihmiset pystyisivät itse rakentamaan hänen ohjeillaan huonekaluja. (Gauntlett 2011, 49.)

Demokraattinen ja solidaarinen lähestymistapa on yksi Arts and Crafts -liikkeen suurimmista ideologioista. Käsityötaitoja arvostettiin huolella valmistettujen ja kauniiden käsin tehtyjen esineiden vuoksi, ei sen takia että taidot olisivat tehneet niiden harjoittajasta jotenkin muita paremman tai elitistisemmän. William Morris teki asiat hyvin korkealla tasolla, mutta hän teki ne sen vuoksi, että se antoi hänelle itselleen tyydytystä ja koska hän uskoi huolella ja hyvin valmistettujen tuotteiden antavan myös muille ihmisille tyydytystä. Hänen ei ollut tarkoitus nostaa itseään muiden ihmisten yläpuolelle. Näimpä fraasi *do it yourself* onkin osa alkuperäistä Arts and Crafts -liikettä ja sen sanomaa, mutta myös jalostettu Stickley toimesta iloiseksi ja vaatimattomaksi tavaksi tehdä asioita käsillä sekä ennen kaikkea jakaa tietoa ja osaamista muille ihmisille. (Gauntlett 2011, 49.)

2.4 1960-luvun kritiikki koululaitosta kohtaan ja The Whole Earth Catalog

1960-luvulla DIY-kulttuuri alkoi ainakin osittain politisoitumaan ja se assosioituu ihmisten mielissä helposti osaksi vaihtoehto- ja vastakulttuureja, mitä se osittain toki myös onkin.

1960-luvulla filosofi Alan Watts piti eräänlaisia seminaareja asuntolaivallaan Kaliforniassa. Wattsin keskustelukumppaneihin kuului muun muassa Timothy Leary, tunnettu yhdysvaltalainen kirjailija ja psykologi sekä merkittävä tekijä 1960-luvun yhdysvaltaisessa vastakulttuurissa, Allen Ginsberg, tunnettu beat-runoilija sekä näkyvä hahmo

60-luvun hippiliikkeessä sekä runoilija ja ympäristöaktivisti Gary Snyder. Näissä seminaareissa Alan Watts kritisoi voimakkaasti vallitsevaa koulutusjärjestelmää.

Wattsin kritiikki koululaitosta kohtaan johtui siitä, ettei se antanut hänen mielestään mitään materiaalista kompetenssia opiskelijoille. Koulujärjestelmä ei Wattsin mukaan valmistanut opiskelijoita itse elämää varten. He eivät oppineet elämän perusasioita kuten ruoanlaittoa. Koko koulutusjärjestelmä perustui Wattsin mukaan pelkästään abstraktisille termeille, joilla ei ole mitään tekemistä elämän perusasioiden kanssa. (Gauntlett 2011, 50.)

1960-luvun kritiikistä koululaitosta kohtaan kumpuaa myös muita merkittäviä teoksia DIY-kulttuurin kannalta. Opettaja ja kirjailija John Holtin teos *How Children Fail and How Children Learn* kritisoi koululaitosta ja yleisestikin instituutioita argumentoimalla, että ihminen pystyy tekemään asioita huomattavasti paremmin ilman tämän kaltaisia instituutioita. Holt väittää kirjassaan, että ihminen oppii luonnostaan jo nuoresta iästä alkaen ja konemaisesti suunniteltu oppiminen erottaa ihmisen normaaleista ja päivittäisistä kokemuksista. Holtin ajatukset saivat paljon huomiota etenkin kotiopetusta ajavien keskuudessa, jossa DIY-kulttuuri miellettiin tavaksi seurata omia mielenkiintoja sekä tutkia maailmaa juuri sillä tavalla, kuin itse sen haluaa kokea ilman koululaitoksen rakentamaa muottia. (Gauntlett 2011, 50.)

Toinen merkittävä 1960-luvulla Yhdysvalloissa julkaistu teos DIY-kulttuurin kannalta on Steward Brandin vuonna 1968 julkaisema *The Whole Earth Catalog*, joka tarjosi lukijoilleen tietoa mitä erinäisimmistä materiaaleista jotka oli listattu katalogiin. Katalogissa esiteltiin myös konkreettisempaa tietoa kuten kursseja sekä fyysisiä työkaluja esimerkiksi rakentamiseen ja varhaiseen elektroniikkaan. (Gauntlett 2011, 51.) Meidän voi olla vaikea ymmärtää katalogin arvoa ja ainutlaatuisuutta, mutta esimerkiksi Applen perustaja Steve Jobs on sanonut *The Whole Earth Catalogin* olleen oman aikakautensa Google, mistä sai kaiken tarvittavan tiedon. (*The Whole Earth Catalog* 2014, hakupäivä 17.3.2014)

Samansuuntaisen vertauksen kuin Steve Jobs on tehnyt myös *The Wired* -lehden perustaja sekä *The Whole Earth Catalogin* entinen julkaisija Kevin Kelly. DIY-kulttuuri oli oikeastaan vasta kehittynyt/kehittymässä osaksi vastakulttuuria, kun Steward Brand julkaisi teoksensa. Tässä tilanteessa Kevin Kellyn mielestä informaatio oli kallisarvoin-

nen hyödyke ja tätä informaatiota The Whole Earth Catalog jakoi DIY-kulttuurista kiinnostuneille ihmisille. Kelly muistuttaa, ettei silloin ollut internetiä tai kaapelikanavia. Kirjakaupat olivat pieniä sekä huonoja ja kirjastot kamalia. Kellyn mielestä Brandin teos on erinomainen esimerkki käyttäjälähtöisestä materiaalista ilman mainoksia kauan ennen internetiä. Kelly jopa vertaa The Whole Earth Catalogin olleen eräänlainen blogosfääri ennen kuin oli edes olemassa käsitettä blogi tai blogosfääri. (Kelly 2014, hakupäivä 17.3.2014.)

2.5 Punk ja Zine

1970-luvulla alakulttuuriksi kehittynyt musiikki- ja elämäntapa *punk* on myös tärkeä osa DIY-kulttuurin historiaa. Punkin aatemaailmaan kuuluu vahvasti antikaupallisuus ja antikapitalismi sekä siinä on myös viitteitä tietynlaisesta anarkiasta instituutioita ja rajoituksia kohtaan. (DIY ethic 2014, haettu 17.3.2014.)

Punkin aatemaailma on siis omiaan ruokkimaan DIY-kulttuuria ja sillä on iso merkityksen jollain tavalla valtavirrastamisella ainakin tietoisuuden osalta, sillä punk oli merkittävä osa 1970- ja 1980-lukujen nuorisoalakulttuuri, sillä se sai paljon huomiota medias- sa esimerkiksi Sex Pistolsin kautta. Sex Pistols joutui perumaan Suomeen kaavaillut kaksi konserttiaan vuonna 1978, kun Helsingin Sanomat julkaisi Raija Forsströmin jutun ”*Parasta lapsille?*”, jossa kritisoitiin voimakkaasti Sex Pistolsia ja punkia. Kirjoitus sai paljon julkisuutta ja johti lopulta Sex Pistolsien työlopun epäämiseen. Sex Pistolsien aiheuttaman kohun jälkeen jokainen teini ja teinin vanhempi tiesi punkin olemassa olon. (Mällinen 2008, hakupäivä 17.3.2014)

Punkin antikaupallisuuteen ja -kapitalismiin liittyy olennaisena osana niin sanottu lo-fi- ja zine-kulttuuri. DIY-kulttuuri mielletään punkissa vastareaktiona kaikelle kiiltävälle, loppuun asti tuotetulle ja kuuluisuusvetoiselle valtavirran popkulttuurille, eräänlaiselle lo-fi -kulttuurille (low fidelity), joka on siis vastatermi hi-fi:lle (high fidelity). (Gauntlett 2011, 53.) Zinet puolestaan ovat omakustannelehtiä, joiden levikki on alle 1000 kopiota. Niillä on suuri kulttuurillinen arvo punk-kulttuurissa ja ne ovat yksi konkreettinen do it yourself -kulttuurin tuote. (Zine 2014, hakupäivä 17.3.2014.)

Jussi Pullisen kirjoittamassa Ylioppilaslehden artikkelissa zinen perinteinen ilmestymismuoto määritellään itse tai pienellä porukalla tehdyksi, yleensä johonkin populaari-

kulttuurin vähemmän tunnettuun alahaaraan liittyväksi pienpainoslehdiksi. Lehtiä hankitaan yleensä suoraan tekijältä joko kädestä käteen tai harrastajan ylläpitämän pienen postimyynnin kautta. Zinen tekijä määrittelee lehden haastattelussa zinejen ideologian itse tekemiseen ja vapauteen. Kuka tahansa voi tehdä sellaisen ja julkaista sen silloin, kun itse haluaa ja missä haluaa. (Pullinen 2006, haettu 17.3.2014)

2.6 DIY-kulttuuri digitaalisella aikakaudella

Do it yourself -kulttuuri digitaalisella aikakaudella on ennen kaikkea uusien välineiden ja menetelmien rikastuttama aikakausi. Internet on luonut lukemattomia mahdollisuuksia tehdä ja myös jakaa omia hengentuotteitaan. Gauntlett (2011, 80) peilaa omia kokemuksiaan ja tekee päätelmän, että digitaalisen tuotteen tekeminen ja jakaminen verkossa on verrattavissa käsillä tekemisen prosessiin. Työskentely aloitetaan käytännössä tyhjäästä, mutta ainakin näennäisesti mahdollisuuksia on rajattomasti tehdä jotain valmista. Vähän samalla tavalla, kuin alat vuolemaan muodottomasta puupalikasta jotain ja päädyt lopulta valmiiseen lopputulokseen. Internetin ollessa nuori, tekeminen vaati tiettyjä erityistaitoja – lähinnä alkeellista koodaamista, jota tarvittiin esimerkiksi kotisivujen luontiin. Sosiaalisen median ja erinäisten palveluiden, kuten esimerkiksi blogialustojen ansiosta, ihmisten ei tarvitse enää edes osata koodata. He voivat keskittyä omaan luomiseen, joskin tiettyjen reunaehtojen eli lähinnä palveluiden joustavuuden ja mahdollisuuksien rajoissa.

Gauntlett (2011, 81) toteaa, että vaikka työskentely hiirellä ja näppäimistöllä ei vastaaakaan sitä käsitystä käsillä tekemisestä, mitä perinteinen käsityö ja materiaalien työstäminen ovat ja mihin do it yourself -kulttuuri on aikaisemmin konkretisoitunut, voi digitaalisella työskentelyllä jättää kuitenkin metaforisen sormenjäljen niihin asioihin, joita tekee. Gauntlett (2011, 81) huomauttaakin, että tekijän persoonallisuus on mahdollista saada teokseen tai tuotteeseen myös digitaalisella aikakaudella, vaikka konkreettisesti työstettävät materiaalit ovatkin vaihtuneet digitaalisen aikakauden ykkösiin ja nollisiin. Tärkeintä on toteuttaa prosessi Ruskinin ideologiaa mukaillen alusta loppuun, ilman työvaiheiden pilkkomista.

Internet - ja etenkin web 2.0 eli sosiaalinen media - on helpottanut myös toista DIY-kulttuurin peruselementtiä – tiedon ja taidon jakamista muille ihmisille. The Whole Earth Catalog oli oman aikansa Google – kuten Steve Jobs mainitsi. Nykyään Googlen

kautta pystyy etsimään tietoa mistä tahansa asiasta – ja usein myös löytämään sen tiedon jostakin internetin syövereistä. Gauntlett käyttää (2011, 83) esimerkkinä sosiaalisen median uudentyyppisestä tiedonjakamiskulttuurista yhteisö- ja videopalvelu YouTubea. Siellä ihmiset jakavat omia videoita, jotka eivät suinkaan ole ammattimaisia saati viimeisteltyjä. YouTubeen ladatut videot noudattelevat osin John Ruskinin filosofiaa; työn jäljellä ei välttämättä ole niin suurta merkitystä kuin sillä, että se on ihmisten itse tekemää. Lisäksi YouTubeen ladattujen videoiden sisältö menee usein laadun edelle. YouTube on täynnä tee se itse -videoita, erilaisia ohje- ja vinkkivideoita sekä ihmisten itse tuottamaa sisältöä, joiden informaatioarvo on ihmisille tärkeämpää kuin kiiltävä ja silotettu, mutta ”sielunsa” menettänyt lopputuote. (Gauntlett 2011, 85.)

3 MEDIAKONVERGENSSI

Sana konvergenssi tulee latinasta, jossa *con* tarkoittaa ”yhteen” ja *vergere* ”kallistua, suuntautua, taipua”. (Villi 2008, 102) Se on merkittävä teknologinen ja kulttuurillinen muutos ihmisten välisessä viestinnässä.

Mediakonvergenssin määritelmä on viestintäjärjestelmien ja mediamuotojen yhdentyminen, lähentyminen, samankaltaistuminen tai ykseytyminen. Laajemmin tarkasteltuna mediakonvergenssin voidaan nähdä ilmenevän tietotekniikka-alan, televiestinnän ja media-alan lähentymisenä ja osittaisena yhtymisenä. (Villi 2008, 101.)

Pohjan mediakonvergenssille on luonut eri sisältöjen digitalisoituminen, joka on mahdollistanut erilaisten formaattien lähentymisen sekä jopa osittaisen sulautumisen yhteen. Tämän lisäksi on tarvittu teknologian kehittymistä siihen pisteeseen, että tiedonsiirto-verkot ja päätelaitteet voivat hyödyntää digitalisoitua sisältöä vaivattomasti. (Seppänen, Väliaverron 2012, 26.)

Mediakonvergenssin myötä median kuluttajaa on vaikea jaotella television katsojaksi, radion kuuntelijaksi tai lehden lukijaksi, sillä teknologisen kehityksen myötä ihmiset kuluttavat näitä kaikkia kerralla. (Seppänen, Väliaverron 2012, 25)

Yleensä mediakonvergenssi jaetaan useampaan käsiteltävään alaotsikkoon. Yleisimmät näistä ovat teknologian, sisällön ja talouden konvergenssit. Näiden lisäksi on syytä mainita myös kulttuurillinen konvergenssi sekä sosiaalinen konvergenssi, jotka ovat keskeisessä osassa vertaismedian syntyisessä yhdessä teknologisen konvergenssin kanssa. Lisäksi sosiaaliseen konvergenssiin kuuluu olennaisena osana sosiaalisen median rooli ihmisten vuorovaikutuskulttuurin muuttajana.

3.1 Mediakonvergenssin tausta

Mediakonvergenssin historia juontaa juurena 1970 - 80 -lukujen vaihteeseen, jolloin puhe konvergenssista alkoi teknologisen kehityksen vauhdittamana. Vuonna 1979 Wired-lehden perustaja sekä Massachusetts Institute of Technology -yliopiston The Media Lab -tutkimuskeskuksen johtaja Nicholas Negroponte ennusti, että vuoteen 2000 men-

nessä sähköinen viestintä, tietokoneteollisuus ja kustannusala ovat yhdistyneet liki täydellisesti. (Villi 2008, 104)

1990-luvulla EU:ssa ajatus mediakonvergenssista muuttui tulevaisuuden visiosta konkreettiseksi strategiaksi. Lopullisen sysäyksen mediakonvergenssin laajamittaiselle käytölle antoivat internetin, kännyköiden ja digitelevisioiden yleistymisen ja leviäminen. (Villi 2008, 104.)

Mediakonvergenssista puhuttaessa teknologinen kehitys usein korostuu, vaikka taustalla on mitä suurimmassa määrin kuitenkin taloudelliset intressit. Villi (2008, 105) lainaa Hassania, jonka mukaan mediakonvergenssin taustalla on neoliberaalin talousjärjestelmä, jossa muutoksen aiheuttaa kapitalistinen kilpailu, ei niinkään luontainen kehityskulku. Myös Villin lainaama (2008, 105) Herkman toteaa, että mediayhtiöiden taloudelliset intressit ohjailevat teknologista konvergenssia. Sen tarkoitus on lisätä mediayhtiöiden kilpailukykyä ja sitä kautta kasvattaa niiden taloudellista tulosta. Herkman toteaa, että mediakonvergenssista on tullut paradoksaalinen tilanne mediayhtiöille; se on keino lievittää niiden taloudellisia paineita, mutta myös merkittävä syy taloudelliseen ahdinkoon, jota viestintäkulttuurin muutos mediayhtiöille on aiheuttanut.

3.2 Teknologinen konvergenssi

Mediakonvergenssin yksi tärkeimmistä mahdollistajista on teknologinen konvergenssi ja etenkin internet. Ilman sitä median konvergenssikehitys olisi ollut huomattavasti hitaampaa kuin mitä se tänä päivänä on (Villi 2008, 101). Kun informaatioteknologia alkoi halventua ja yleistyä, kun otettiin käyttöön yhteisiä standardeja (esim. TCP/IP – protokolla) ja etenkin, kun informaatio muutettiin digitaalisiksi ykkösiksi ja nolliksi, joissa kaikki informaatio niin teksti, kuvat, äänet kuin videotkin ovat lähtökohtaisesti samassa muodossa ja kulkevat samassa verkossa, mahdollistui laajamittainen mediakonvergenssi, joka ei olisi ollut tässä mittakaavassa mahdollinen ilman teknologista konvergenssia. (Villi 2008, 107.)

Risto Kunelius (2004, 50-51) puhuu teknologisesta konvergenssista tietoa kannattelevan aineen keventymisenä. Digitaalinen sisältö voidaan tavallaan nähdä kevyempänä kuin esimerkiksi painokoneen tuottama sanomalehti, vaikka usein unohdetaan se, kuinka massiivisia infrastruktuureja digitaalinen sisältö toimiakseen vaatii. Nykypäivä-

nä infrastruktuuri on kuitenkin rakennettu ainakin kehittyneissä maissa jo melko pitkälle ja sanomalehden painaminen on kertakustannuksiltaan huomattavasti kalliimpaa kuin kotikoneelta näppäilty blogiteksti.

Samalla kun digitaalinen sisältö keventyi, se myös mahtui entistä pienempään tilaan. Nykyaikaisessa älypuhelimessa on lähes kaikki samat toiminnot kuin kotikoneessa, ja itse asiassa muutaman enemmänkin, kuten esimerkiksi kamera. Tämä on mahdollistanut sen, että viestinnän eri muodot arkipäiväistyvät ja sulautuvat yhteen ihmisten elämässä, sillä lähes jokaisella kulkee täysiverinen medialaite kätevästi kokoajan taskussa.

3.3 Sisällöllinen konvergenssi

Sisällöllinen konvergenssi tarkoittaa eri ilmaisumuotojen kuten kuvan, äänen ja tekstin yhdistämistä esimerkiksi multimediaesitykseksi. Toki sisällöllistä konvergenssia on myös esimerkiksi sanomalehden tapa yhdistää tekstiä ja kuvia tai television tapa yhdistää liikkuvaa kuvaa, ääntä sekä myös grafiikkaa, mutta nimenomaan tiedon digitalisoituminen on mahdollistanut sisällön yhdistämisen yhdeksi tuotteeksi aivan eri tavalla kuin analogisella aikakaudella oli teknisesti mahdollista. (Villi 2008, 105.)

Sisällölliseen konvergenssiin liittyy oleellisesti myös tekniikan kehitys. Ilman teknologista konvergenssia ei myöskään sisällöllinen konvergenssi olisi mahdollista siinä muodossa, jossa se tällä hetkellä on menossa. Lukiodiplomiaineiden e-oppimateriaalin Opetushallinnolle tuottaneet Suvi Tuominen ja Sirkku Kotilainen kirjoittavat aineistossaan (Kotilainen & Tuominen, hakupäivä 7.3.2014) eri viestintävälineiden rajojen hälventyneen lähes kokonaan, kun samasta nettipalvelusta saattaa löytyä niin uutisia, nettivideoita, musiikkia kuin pikaviestintämahdollisuuskin. Tuominen ja Kotilainen huomauttavatkin, että digitaalisella aikakaudella myös kansalaisten omat mediatuotannon mahdollisuudet ovat monipuolistuneet. Tämä ajaa väistämättä myös palveluntarjoajat sekä kaupalliset toimijat seuraamaan perässä kuluttajien tottumuksia myös heidän omissa tuotteissaan, sillä eivät kuluttajat halua kuluttaa tuotteita, jotka ovat jääneet kehityksestä tai kulutustottumuksista jälkeen. Tämä osaltaan myös kiihdyttää sisällöllistä konvergenssia, kun tuotteisiin pyritään sisällyttämään mahdollisimman monipuolista tarjontaa vastaamaan mahdollisimman monen kuluttajan toiveita ja tottumuksia.

3.4 Taloudellinen konvergenssi

Taloudellinen konvergenssi tarkoittaa sitä, kun isot mediatalot fuusioituvat, ristiinomis-tavat tai tekevät strategisia liittoumia ja pyrkivät sillä tuottamaan palveluita koko me-diakentälle sekä hallitsemaan mediakenttää kokonaisvaltaisesti. Esimerkiksi suuri me-diatalo saattaa pitää sisällään niin sanoma- ja aikakauslehtiä, radio- ja tv-kanavia, kir-jankustannusta ja verkkopalveluita. (Seppänen & Väliaverronen 2012, 26.)

Taloudellinen konvergenssi vaikuttaa myös työntekijöihin, sillä isoissa mediataloissa työskentelevät sisällöntuottajat tekevät usein samaa sisältöä niin sanomalehteen, verk-kolehteen kuin myös mobiililaitteeseenkin. (Seppänen & Väliaverronen 2012, 26.) Teki-jöistä on tullut moniosaajia, joiden täytyy pystyä konvertoimaan mediasisältöä eri väli-neisiin.

3.5 Kulttuurillinen konvergenssi

Kulttuurillinen konvergenssi voidaan ymmärtää tilana, missä median tuottajien ja kulut-tajien raja on hämärtynyt. Perinteinen joukkoviestintä on usein yksisuuntaista viestintää, jossa sisällön tuottajat viestivät kuluttajille, mutta kuluttajat eivät tuottajille. Median kulttuurillisessa konvergenssissa tämä raja on osittain hämärtynyt. (Seppänen, Väliaverronen 2012, 26.)

Siinä missä perinteinen joukkoviestintä on tyypillisesti viestintää harvoilta monille, pys-tyy kulttuurillinen konvergenssi haastamassa tämän, sillä kuka tahansa voi perustaa blo-gin, verkkojulkaisun tai ilmaisemaan mielipiteensä sosiaalisessa mediassa. Tästä johtu-en kuluttajista tulee myös mediasisällön tuottajia ja jakelijoita, samaan tapaan mikä en-nen on ollut vain joukkotiedostusvälineiden yksinoikeus. (Seppänen, Väliaverronen 2012, 26.)

Kulttuurilliseen konvergenssiin liittyy siis olennaisena osana mediasisällön levittämi-nen. Eri sosiaalisen median alustat tarjoavat helpon ja nopean tavan levittää digitaalista mediasisältöä ja valita sieltä uutisvirrasta juuri se itselle – ja mahdollisesti tietylle koh-deryhmälle – parhaiten sopivan uutisen ja levittää sitä kohdennetusti. Tästä käytetään termiä *sosiaalinen kuratointi*, koska sen voidaan katsoa muistuttavan perinteistä taide-näyttelyn kuraattorin roolia eli siis eri taideteosten valintaa ja niistä rakentuvan koko-

naisuuden rakentamista. Tällä samalla logiikalla ihmiset jakavat mediasisältöä sosiaalisen median eri foorumeilla ja kohdentavat kuratoinnin aina ryhmän mielenkiinnon mukaiseksi. (Seppänen, Väliaverronen 2012, 39.)

3.6 Sosiaalinen konvergenssi

Sosiaalisella konvergenssilla tarkoitetaan ihmisten lisääntyvää sosiaalista kanssakäymistä (Sosiaalinen konvergenssi 2014, hakupäivä 26.2.2014). Yleensä sillä tarkoitetaan nimenomaan digitaalisessa ympäristössä käytävää sosiaalista kanssakäymistä ja sen lisääntymistä. Tämä on tietenkin siinä mielessä luonnollinen kehityssuunta, sillä teknologian kehittyessä ja eri yhteisöpalveluiden saavuttaessa suosion, on esimerkiksi sosiaalinen media arkipäiväistynyt ja tullut osaksi ihmisten jokapäiväistä elämää ja näin luonut uusia välineitä ja sitä kautta uutta sosiaalista kulttuuria, joka ennen ei ole teknisesti ollut mahdollista. Seppänen ja Väliaverronen huomauttavatkin (2012, 27.), että vuorovaikutuksessa oleminen voi muodostua tärkeämmäksi motiiviksi median käytössä kuin itse sisältö. Tämä kehityskulku ei suinkaan ole automaattinen, vaan tietyt mediatalous ja -teknologian piirteet suosivat aktiivista osallistumista käyttäjiltä. Itse asiassa ilman käyttäjien luomaa sisältöä ja aktiivista kanssakäymistä ei sosiaalista mediaa voisi tässä muodossa kuin se nykypäivänä on olla edes olemassa. Nimenomaan käyttäjien aktiivinen osallistuminen luo sosiaalisen median ja useat kaupalliset alustat, esimerkiksi Facebook, kannustavat ihmisiä toimimaan aktiivisesti näissä ympäristöissä ja luomaan sisältöä, joka on omiaan palvelemaan heidän taloudellisia intressejä eli pitämään nämä sosiaalisen median palvelut kysytyinä ja tarpeellisina.

Myös sukupolvien välillä voidaan nähdä vielä eroja sosiaalisen konvergenssin osallisuudella. Sukupolvi, joka on kasvanut joukkoviestinnän ja journalismin parissa äänestää ja osallistuu vakiintuneiden politiikan instituutioiden toimintaan, kun taas nuoremmat niin sanotut sosiaalisen median kasvatit ovat valmiita etsimään erilaisia tapoja ja keinoja yhteiskunnalliselle vaikuttamiselle. Yhden vartenotettavan väylän näiden tapojen ja keinojen etsimiseen tarjoavat internet ja sosiaalinen media, jotka omalla tavallaan lisäävät siellä viihtyvien ihmisten aktiivisuutta ja osallistuvuutta myös yhteiskunnallisiin asioihin. (Seppänen, Väliaverronen 2012, 27.)

3.7 Sosiaalinen media osana mediakonvergenssia

Sosiaalinen media on vakiintunut termiksi, kun puhutaan internetin yhteisöpalveluista. Alkujaan termi web 2.0 kuvasi teknisen ympäristön muutosta ja tämän muutoksen synnyttämiä uusia bisnesmalleja. Web 2.0 eli käytännössä tietoliikenneyhteyksien arkipäiväistyminen ja nopeutuminen edesauttoi ja mahdollisti erilaisten sovellusten markkinoilletulon joihin liittyi sosiaalinen aspekti, sillä ne perustuvat käyttäjien muodostamille sosiaalisille verkostoille ja/tai yhdessä tuottamalle informaatiolle. Tästä seurasi ihmisten viestinnällinen kulttuurimuutos, josta käytetään termiä sosiaalinen web. (Majava 2008, 87.) Nykypäivänä sosiaalinen web on muotoutunut termiksi *sosiaalinen media* ja sillä tarkoitetaan puhekielessä yleensä internetin yhteisöpalveluita, joihin ihmiset itse tuottavat sisältöä.

Sosiaalisella medially on valtava rooli yhtenä mediakonvergenssin osana, sillä se on muokannut ihmisten sosiaalisia tottumuksia ja kulttuurillista ympäristöä ennen näkemättömällä tavalla viimeisen kymmenen vuoden aikana. Sosiaalinen media ei tietenkään voisi olla mahdollista ilman teknologista konvergenssia, mutta toisaalta sosiaalisen median läpilyönti ja lähes arkeistuminen ihmisten elämässä on väistämättä kiihdyttänyt etenkin sosiaalista ja kulttuurillista konvergenssia. Jos katsotaan maailman liikennöidyimpiä internet-sivuja, voidaan sosiaalisen median merkitys ymmärtää. Ensimmäisenä on Google, mutta heti toisena tulee Facebook ja kolmantena YouTube. Näistä Facebook ja YouTube voidaan lukea puhtaasti sosiaalisen median palveluiksi. Top-20 joukossa on myös useita muita sosiaalisen median palveluita kuten Twitter, Blogspot, Wordpress ja Weibo. (Top sites 2014, hakupäivä 20.2.2014). Myös suomalaiset ovat ottaneet sosiaalisen median yhteisöpalvelimet vahvasti omakseen. Ylen teettämän tutkimuksen mukaan esimerkiksi nuorista 16 - 24 -vuotiaista yhdeksän kymmenestä on Facebookissa. (Hirvonen & Tebest 2013, hakupäivä 31.3.2014)

Sosiaalisen median erikois- sekä ominaispiirre on se, että sisällön sinne tuottavat tavalliset kansalaiset ilmaiseksi, yksin tai yhdessä. Tämä on ajanut koko sisällöntuotannon sekä myös median taloudellisen toiminnan uuteen tilanteeseen juurikin sen vuoksi, että vaikka itse sosiaalisen median alustat ovat usein kaupallisia, sisällöntuotanto ja sisällön jakaminen niissä ovat pääsääntöisesti ilmaisia. (Seppänen, Väliaverronen 2012, 36.)

Sosiaaliset mediat myös lisäävät ihmisten vuorovaikutusta ja verkostoitumista sekä yhteisöjen muodostumista – siis ainakin virtuaalisessa maailmassa. Kun esimerkiksi Facebookin tai Twitterin käyttäjä luo sisältöä palveluun, hän samalla myös asettuu vuorovaikutukseen muiden käyttäjien kanssa. (Seppänen, Väliaverronen 2012, 36.) Se, miten tämä vuorovaikutus on rajattu, riippuu eri palveluista ja niiden ominaispiirteistä sekä käyttäjän omista yksityis- ja jakoasetuksista. Yhtä kaikki, sosiaalinen media on nimensä mukaisesti sosiaalista kanssakäymistä muiden käyttäjien kanssa.

Sosiaalinen media ei ole pelkästään sisällön tuottamista. Se on nykyään hyvin pitkälti myös toisten tuottaman sisällön jakamista. Siitä on tullut reaaliaikainen ja alati muutoksessa oleva ilmoitustaulu, jossa käyttäjät jakavat niin omaa kuin myös muiden käyttäjien luomaa sisältöä eteenpäin. Näiden sisältöjen ympärille muodostuu helposti samantyyppisten yhteisö. (Seppänen, Väliaverronen 2012, 39.)

4 VERTAISMEDIA

Vertaismedia käsitteenä on suhteellisen uusi ja juontaa juurensa sosiaalisen median läpimurtoon ja internetin aiheuttamaan mediamurrokseen. Käsittelen tässä luvussa vertaismedian käsitteen ja pääpiirteet sekä mediakonvergenssin vaikutuksen sen syntyyn ja yleistymiseen. Lisäksi etsin syitä sille, miksi ihmiset haluavat tehdä omaehtoista julkaisutoimintaa ja käyttää aikaa sisällön tuottamiseen ilman siitä saatavaa rahallista korvausta.

4.1 Vertaismedia käsitteenä

Esa Sirkkunen (2008, 139) määrittelee vertaismedian vapaaehtoisvoimin syntyväksi, tekijän, tekijöiden tai yhteisön yhdessä sopimista intresseistä voimansa saavaksi ilmiöksi tai asiaksi. Sirkkunen lukee vertaismediaksi myös tavallisten ihmisten julkaisemat blogit ja niiden muodostamat verkostot, Wikipedian sekä muut avoimessa vertaisverkostossa syntyvät ja jaettavat sisällöt.

Sirkkunen huomauttaa vertaismedian olevan varsin tuore ja kehittyvä käytänne ja lajityyppi, joten sen määrittelemine on vielä alustavaa, koska teknologian kehittyessä eri vertaismediamuotoja syntyy jatkuvasti. Nykypäivänä vertaismediaksi kutsutaan myös ihmisten sosiaaliseen mediaan tuottamaa sisältöä ja esimerkiksi yksi Sirkkusen mainitsemista vertaismedioista Wikipedia, määrittelee vertaismediaksi kaiken sosiaalisessa mediassa tapahtuvan sisällöntuotannon. (Vertaismedia 2010, hakupäivä 20.3.2014)

Heikki Kuutin vuonna 2006 julkaistussa Uusi mediasanasto -teoksessa ei edes ole mainintaa vertaismediasta. Sen sijaan sieltä löytyy määritelmä vertaisviestinnälle, jonka määritelmä osuu aika lähelle Sirkkusen määritelmää vertaismediasta. Vertaisviestintä on Kuutin mukaan (2006, 256) viestinnän yleiskäsite, jolla kuvataan verkkoviestinnän synnyttämää uudenlaista viestintäympäristöä ja viestimisen aiempaa ”demokraattisempaa” luonnetta. Vertaisviestinnässä jokaisella on yhtäläiset mahdollisuudet viestien lähettämiseen samalla yleisölle. Kuten Kuutti huomauttaa, on tämä juurikin kaksisuuntaista viestintää ja vastavoima perinteisen median yksisuuntaiselle viestinnälle.

Sirkkusen mielestä vertaismedian keskeisimmät piirteet ovat ne, että siitä saatava hyöty perustuu johonkin muuhun kuin rahalliseen korvaukseen, se perustuu vapaaehtoisuuteen ja lisäksi se, että se toimii perinteisten viestintätalouksien ansaintamallien ulkopuolella.

Sirkkunen ennustaakin (2008, 138) internetin tarjoamien uusien toimintamahdollisuuksien, siis nimenomaan yleisölle eli tavan kansalaiselle tarjoamien uusien toimintamahdollisuuksien, vaikuttavan koko joukkoviestinnän julkisuustilan rakenteeseen ja luonteeseen. Tästä seuraa Sirkkusen mukaan se, että perinteinen joukkoviestintä taantuu vain yhdeksi verkkojulkisuuden toimijoista ja rinnalle nousee sosiaaliset verkostot (sosiaalinen media) sekä vapaaehtoisuuteen pohjautuvat yhteisölliset vertaismediat.

4.2 Mediakonvergenssi ja vertaismedia

Nyky-yhteiskunta on tietoteknistynyt viimeisten 20 vuoden aikana hurjaa vauhtia. On syntynyt sukupolvi, jota voidaan kutsua hyvällä omalla tunnolla mediayhteiskunnan kansalaisiksi - sekä myös kasvateiksi. Ei voida enää selvästi määritellä, ovatko mediayhteiskunnan kansalaiset median kuluttajia, käyttäjiä, kokijoita vai tuottajia. He ovat yhä enenevässä määrin näitä kaikkia vuorollaan. (Seppänen, Väliverronen 2012, 25.)

Mediankonvergenssilla on ollut oma vaikutuksensa myös DIY-kulttuurin digitaaliseen kehitykseen ja vertaismediaan. Teknologisen konvergenssin myötä jokaisella on mahdollisuus tehdä ja julkaista näyttävän ja ammattimaisen näköisiä julkaisuja. Risto Kunelius povaa kirjassaan *Viestinnän vallassa* näille julkaisuille tulevaisuudessa merkittävää roolia etenkin tiedon ja kokemuksen välittäjinä sekä uusien ajatusten ja ajattelutapojen areenoina, joilla ihmiset ja eri alakulttuurit pääsevät kehittämään ja tuomaan julki omia esityksiä ja mielipiteitä. (Kunelius 2004, 50-51.)

Samansuuntaisen päätelmän kuin Kunelius tulevaisuuden mediamaisemasta tekevät myös Heinonen ja Domingo (2009, 87). Heidän mukaansa erilaiset uudet vertaismedian muodot tulevat muuttamaan viestintämaisemaa ja journalismi yhtenä julkisen viestinnän lajina tulee taantumaan yhden ammattiryhmän ja organisaatioiden etuoikeudesta julkiseksi hyödykkeeksi.

4.3 Blogit suunnannäyttäjinä

Sana blogi on vakiintunut suomen kieleen viimeisen kymmenen vuoden aikana. Vuonna 1995 amerikkalainen John Barger kehitti termin Weblog, joka on yhdistelmä sanoista ”web” eli verkko ja ”log” eli lokikirja. Vuonna 1999 Peter Merholz kirjoitti omalle nettisivulleen sanaleikin weblogista muuttamalla sen muotoon we blog, eli me bloggaamme. (Kilpi 2006, 11.) Tästä on muotoutunut myös suomen kieleen arkipäiväistynyt termi blogi ja blogata.

Blogille tunnusomaista on se, että se etenee kronologisessa järjestyksessä uudesta julkaisusta aina vanhimpaan ja vanhat julkaisut säilyvät muuttumattomina ja luettavissa. Lisäksi yksi blogien ominaispiirre on se, että lukijoilla on mahdollisuus kommentoida blogia. (Kilpi 2006, 3.)

Blogien suosio perustuukin eittämättä niiden yksinkertaiseen toteutustapaan. Jokainen osaa perustaa blogin ja julkaista siellä omaa sisältöään. Myös blogien ilmaisuus on tärkeä tekijä niiden suosiossa. Kun käyttäjän ei tarvitse tuhlaa resursseja infrastruktuurin ylläpitämiseen ja/tai luomiseen, voi hän keskittyä pelkästään sisällön tuottamiseen. Tämä on merkittävästi laskenut ihmisten kynnystä tuottaa sisältöä internetiin juuri blogien kautta. (Heinonen & Domingo 2009, 72.)

Blogit ovat tavallaan vertaismediaa edelläkävijöitä niin maailmalla kuin myös Suomessaakin. Esimerkiksi ehkä tämän hetken tunnetuin vertaismedia Facebook perustettiin helmikuussa 2004, jolloin se oli vielä pienen opiskelijapiirin sisäinen juttu. (Phillips 2007, hakupäivä 20.3.2014) Heinonen ja Domingo (2009, 68) huomauttavatkin, että blogit ovat yhtäältä henkilökohtaisen julkaisemisen välineitä, mutta myös ilmiö, joka vaikuttaa kauttaaltaan julkisen viestinnän asetelmiin. He käyttävät esimerkkinä tapaninpäivänä vuonna 2004 sattunutta maanjäristystä ja siitä seurannutta tsunamia, joka aiheutti valtavaa tuhoa etenkin Kaakkois-Aasiassa. Kaakkois-Aasian lomakohteissa oli myös tuhansia suomalaisia ja mediaa sekä viranomaistiedostusta arvosteltiin voimakkaasti tiedotuksen puutteista. Katastrofialueella toimineet suomalaiset sukeltajat alkoivat päivittää blogiinsa ajantasaista tietoa suoraan tapahtuma-alueelta. Myöhemmin sukkellus.fi -sivusto sai valtion tiedonjulkistamispalkinnon.

Blogit ovat myös edelläkävijöitä niin sanotussa kaksisuuntaisessa viestinnässä. Koska blogeille on alusta asti ollut tyypillistä yhteisöjen rakentuminen blogien ympärille keskusteluominaisuuden vuoksi, on niistä tullut vuorovaikutuksellisia vertaismedioita. Tä-

mä blogien keskustelevala luonne on ollut alkusysäys myös osallistuvalla journalismille. (Heinonen & Domingo 2009, 73.)

4.4 Motiivit

Omaehtoinen julkaisutoiminta ja vertaismediaan tuotettu sisältö vie ihmisten aikaa, mutta siitä saatava korvaus on joku muu kuin normaali työstä saatava korvaus eli raha. Sirkkunen mainitsee (2008, 146) Tampereen yliopistossa tehdyistä lukuisista kansalaislähtöisistä sisällöntuotannon kokeiluista (Heinonen ym. 2000; Sirkkunen & Kotilainen 2004; Lahti ym. 2006), joissa kartoitettiin syitä ihmisten halulle ja innostukselle luoda omaehtoista mediasisältöä ilman rahallista korvausta. Näissä tutkimuksissa esille nousseet motiivit ja syyt ovat hyvinkin tuttuja myös internetin ulkopuolisista vapaaehtoisista julkaisutoiminnoista, DIY-kulttuurin tuotoksista sekä talkootöistä. Syitä ovat muun muassa mielihyvän syntyminen omien julkaisujen julkaisemisesta, tarve tehdä ja luoda jotain sekä sitä kautta myös omien taitojen kehittyminen sekä sosiaalisten suhteiden vahvistuminen ja lisääntyminen.

Sirkkunen jakaa osallistumisen syyt yksilöllisiin motiiveihin sekä yhteisöllisiin motiiveihin.

4.4.1 Yksilölliset motiivit

Itseilmaisu: Sirkkunen (2008, 146) lainaa Lenhartia ja Foxia vuodelta 2006, jossa Pew Internet & American Life Projectin kyselytutkimukseen vastanneista hieman yli puolet ilmoitti tärkeimmäksi syyksi blogin pitämiseen halun ilmaista itseään. Toinen merkittävä tekijä oli kokemusten tallentaminen ja jakaminen. Nämä samat syyt voidaan helposti kuvitella myös muihin sosiaalisessa mediassa tapahtuviin sisällöntuotannon motiiveihin kuin pelkästään blogeihin.

Omien taitojen kehittäminen: Uuden oppiminen on yksi tärkeimmistä prosesseista yksilölle. Se johtaa parhaassa tapauksessa niin sanottuun spiraalimaiseen prosessiin, jossa tietoisuus omista mahdollisuuksista ja sen kautta syntyvä motivaatio uuden oppimiseen johtaa uusien taitojen ja toimintatapojen oppimiseen. (Sirkkunen 2008, 147.)

Vertaispalautteen saaminen: Palaute muilta yhteisön jäseniltä on kehittymisen kannalta tärkeää. Myös vertailu muiden tekemiin sisältöihin on luonnollista ja auttaa määrittelemään myös oman tason, jos sen määrittelemiseen on tarvetta. Lisäksi muilta saadut keuhut, kiitokset ja tunnustukset ovat palkitsevia. (Sirkkunen 2008, 147.) Nykypäivänä Facebookin niin sanotun ”tykkää” -napin käyttö esimerkiksi statuspäivityksissä voidaan mielestäni lukea eräänlaiseksi tunnustukseksi tai vähintäänkin huomioksi, josta monet ihmiset – etenkin nuoret – taitavat tänä päivänä olla jopa melko riippuvaisia.

Suhdeverkostojen ja oman sosiaalisen pääoman kasvattaminen: Ihmiset haluavat olla yhteyksissä samanmielisten tai saman harrastusten jakavien kanssa. He haluavat luoda kontakteja, joista voi olla hyötyä heidän omassa tekemisessä ja/tai elämässä. He haluavat myös nähdä/osallistua asioihin, jotka herättävät heidän mielenkiintonsa, joten on luonnollista, että esimerkiksi saman lajin harrastajat tai alakulttuurin edustajat verkostoituvat keskenään. (Sirkkunen 2008, 147.)

Yksilöllistytvä mediakulttuuri: Yksilöllistytvä mediakulttuuri tarkoittaa sitä, miten esimerkiksi sosiaalisessa mediassa ihmiset rakentavat itselleen identiteettiä ja esiintyvät tämän identiteetin pohjalta. Tähän identiteetin ja mielikuvan rakentamiseen liittyy olennaisena osana asioiden jakaminen sanoin, kuvin sekä esimerkiksi videoin. (Sirkkunen 2008, 147.) Ihmiset siis luovat mediasisältöä omasta elämästään sosiaaliseen mediaan rakentaakseen itsestään mielikuvaa muille tai brändätäkseen omaa niin sanottua internet minäänsä.

4.4.2 Yhteisölliset motiivit

Tietojen ja taitojen jakaminen: Harrastuksen tai yhteisen kiinnostuksen kohteen jakavien pienyhteisöt kasvavat monesti hyvinkin tiiviiksi yhteisöiksi, jonka jäseniin suhtaudutaan luottavasti ja tietojen ja taitojen jakaminen koetaan tärkeäksi ja merkitykselliseksi. Myös palautteen antaminen on helpompaa, kun yhteisö koetaan tärkeäksi ja läheiseksi. (Sirkkunen 2008, 147.)

Uudentyyppinen ”osuustoiminnallisuus”: Osuustoiminta voi kattaa nykypäivänä mitä erilaisimpia yhteisen tavoitteen ja/tai ideologian ohjailemia projekteja. (Sirkkunen 2008, 147.) Open source -ohjelmistokehittelyssä on kyse uuden, paremman ”tuotteen” kehittämisestä ja omien taitojen parantamisesta sekä osittain myös niiden taitojen esittelystä. Eh-

kä tunnetuimman uudentyyppisen ”osuustoiminnallisen” verkkoyhteisön Wikipedian arvomaailma perustuu taas vapaaseen tietoon. Wikipedian toinen perustaja Jimmy Wales on kuvaillut Wikipediaa seuraavasti: ”Kuvittele maailma, jossa kaikilla on vapaa pääsy kaikkeen inhimilliseen tietämykseen. Se on tehtävämme.” (Mikä on Wikipedia? 2013, hakupäivä 21.3.2014)

Wikipediassa toimiminen on monelle siis ideologinen valinta avoimen tiedon puolesta. Sirkkusen (2008, 147) mukaan tekijät usein sitoutuvat tämän tyyppisiin osuustoiminnallisuuksiin hyvinkin vahvasti. Toinen esimerkki uudentyyppisestä osuustoiminnallisuudesta on erinäisten harrastekeskustelufoorumien ylläpito ja valvonta, joka hoidetaan lähes pääsääntöisesti vapaaehtoisten ja aktiivisten lajiharrastajien toimesta.

Oppivat yhteisöt: Oppivissa yhteisöissä verkostoituneet yhteisöt muodostavat yksittäisistä tavoitteista yhteisiä dialogin ja yhteisen harkinnan avulla. Oppivissa yhteisöissä sekä yksilöt että koko yhteisö oppii ja kehittyy rinnakkain. (Sirkkunen 2008, 148.)

Sirkkunen huomauttaa, että ihmisten motiiveja tuottaa sisältöä vertaismedioihin on tutkittu varsin vähän verrattuna esimerkiksi median yksisuuntaisen viestinnän muutoksiin ja siksi motiivit tekojen taustalla on tärkeä ymmärtää, kun pohditaan miksi ihmiset tuottavat sisältöä ilman niin sanottua työstatusta. (Sirkkunen 2008, 149.)

4.4.3 Osallistumistalous

Osallistumistalous on yksi merkittävä internetin, tietotekniikan ja sosiaalisen median tuomista muutoksista ihmisten toimintaan. Sirkkunen (2008, 140) lainaa Benkleriä, jonka mukaan vapaaehtoisten verkostojen taustalla on kaksi suurta kehityskulkua. Toinen on informaatioon pohjautuvan talouden ja kulttuurituotannon kehittyminen ja toinen teknologian, erityisesti tietokoneiden ja verkkoyhteyksien yleistymisen ja halventumisen, joka on mahdollistanut teknologian leviämisen laajalti ja globaaleiden verkostojen syntymisen.

Benklerin mukaan (Sirkkunen 2008, 140) näistä kehityskuluista seuraa kolmenlaisia asioita. Yksi on se, että rahatalouden ja markkinoiden ulkopuolisista sosiaalisista resursseista tulee yhtä tärkeitä informaatien tuottajia. Näitä rahatalouden ja markkinoiden ulkopuolisia sosiaalisia resursseja ovat esimerkiksi koulut, taide, poliittinen toiminta ja

uskonnot. Tämä johtuu Benklerin mukaan siitä, että median tuotantovälineiden omistaminen on hajautunut laajemmalle kuin koskaan ennen.

Toinen seuraus Benklerin mukaan on se, että väljästi osuustoiminnallisesti tuotetun informaation merkitys tulee kasvamaan. Tälle väljästi osuustoiminnalliselle toiminnalle tyypillistä on se, että se on markkinoiden ulkopuolella syntyvää yhteistyössä tuotettua sisältöä. (Sirkkunen 2008, 140.)

Kolmas seuraus on laajamittaisten yhteistyöhankkeiden synty, joissa tarkoitus ja päämäärä on tuottaa informaatiota ja sisältöä. Benkler vertaa tätä esimerkiksi avoimien lähdekoodien ohjelmistoihin, joita kehitetään vapaaehtoisvoimin. (Sirkkunen 2008, 140.) Avoimeen lähdekoodiin viitattiin jo The Whole Earth Catalogin yhteydessä ylempänä, jolloin se konkretisoitui huonekalujen rakentamisohjeina. Yksi nykypäivän laajamittainen yhteistyöhanke on Wikipedia, joka toimii vapaaehtoisin voimin ja samalla periaatteella kuin avoimen lähdekoodin ohjelmat, vaikkakin Wikipedian alusta on rakennettu siten, että kuka tahansa voi muokata sisältöä ilman, että tarvitsee osata edes koodauksen alkeita.

Osallistumistaloudessa on toisaalta kyse internetissä yleistyneestä vapaan koodin ja vapaan informaation tekemisen ja jakamisen kulttuurista, mutta toisaalta internetiin on myös siirtynyt sosiaalisia käytänteitä verkon ulkopuolelta – niin sanotusta reaali-maailmasta – kuten esimerkiksi vaihtoehtojulkaiseminen, erilaisten harrastus- ja intressiyhteisöjen kokoontumiset sekä yhteisöjen välinen vertaisviestintä. Nämä kaikki johtavat osaltaan vapaan käytön ja edelleen kehittämisen periaatteeseen perustuvaan informaation syntymiseen. (Sirkkunen 2008, 140.)

Sosiaalisen median räjähdysmäinen kasvu ja suosio sitten vuoden 2008 on omalta osaltaan kiihdyttänyt Sirkkusen analyysia verkon ulkopuolisten ryhmien ja käytänteiden siirtymisestä sosiaaliseen mediaan hyvinkin voimakkaasti eikä tälle kehityssuunnalle ole ainakaan teknologisessa mielessä näkyvissä muutosta, vaan esimerkiksi älypuhelimien yleistymisen vain lisää niin teknologista, sisällöllistä kuin myös kulttuurillista konvergenssia ja sulauttaa ihmisten toimia entistä enemmän niin sanotusta reaali-maailmasta sosiaaliseen mediaan ja vertaisverkostoihin.

4.4.4 Mediamurroksen vaikutus tekijöihin

Media-alan murroksesta on puhuttu paljon etenkin median näkökulmasta. Vertaismedian suosion kasvu johtuu kuitenkin osittain myös siitä, että kuluttajat – siis tavalliset ihmiset – ovat reagoineet median murrokseen. Tämän murroksen kouriin ovat joutuneet myös media-alan potentiaaliset uudet työntekijät ja alalle halajavat ihmiset, joilla on ehkä muita ihmisiä matalampi kynnys myös tuottaa ja julkaista omaa sisältöä.

Seppänen ja Väliverronen (2012, 154; Heinonen & Domingo 2009, 71) pohtivatkin media-alan menettäneen huomattavasti siitä gloriasta, joka sillä työnantajana joskus on ehkä ollut. Tähän murrokseen vaikuttaa Seppäsen ja Väliverronen mukaan median teknologinen murros, mainosmarkkinoiden uusjako, ilmaistarjonta ja sisältöjen merkityksen inflaatio. Seppänen ja Väliverronen nostavat myös median omistusjärjestelyjen muutokset – eli siis taloudellisen konvergenssin – yhdeksi merkittäväksi tekijäksi media-alan taantumuksessa. Ennen sanomalehden tai kirjallisuuden kustantamisessa on myös ollut aatteellinen ja kulttuurillinen aspekti liiketaloudellisen menestyksen ohella. 1990-luvun lopulta lähtien, johtuen juurikin yllä mainituista syistä ja media-alan taloudellisista haasteista, on media-alasta tullut entistä enemmän pelkästään puhdasta liiketoimintaa, jonka ainoa tehtävä on tuottaa mahdollisimman paljon voittoa omistajilleen. Aatteellinen ja kulttuurillinen tehtävä on siis uhrattu voitontavoittelun tieltä.

Seppänen ja Väliverronen huomauttavatkin (2012, 154), että teknologinen, taloudellinen ja kulttuurillinen kehitys on muokannut mediateollisuuden organisaatioita, työntekijöiden asemaa ja ammattikuvaa. Pitkät, vakaat työsuhteet on korvattu mediatalojen puolelta lyhyillä pätäkätöillä ja itsensä työllistämisen kulttuurilla. Ja kuten Seppänen ja Väliverronen toteavat, tämä koskee erityisesti juuri nuoria alalle pyrkiviä tai siellä vasta aloittaneita ja siksi kulttuurillinen muutos konkretisoituu juuri tulevaisuuden tekijöissä, jotka ovat vasta muodostamassa omaa ammatti- ja työidentiteettiään.

Journalismin rooli portinvartijana – neljäntenä valtiomahtina – on osittain murenemassa teknologisen, taloudellisen ja kulttuurillisen murroksen myötä, sillä kysymys siitä, kuka ja mitä journalismi on, on hämärtynyt. Journalismilla on edelleenkin merkittävä rooli yhteiskunnassa eikä sen itseisarvo ole välttämättä mihinkään murentumassa. Sen sijaan isojen mediatalojen ja konsernien yksinvalta tiedonvälittäjinä on lopullisesti murentunut internetin myötä. Internetissä operoivat bloggaajat, vertaismediat ja muut uutistiedon

välittäjät ja tuottajat eivät ole sidoksissa mediaorganisaatioihin. Useat kansalaisjournalistit haluavatkin tieteen tahtoon pysyä mediaorganisaatioiden ulkopuolella ja erottua nimenomaan heidän mielestään näennäisesti objektiivisista, etäisistä ja byrokraattisista instansseista. On syntynyt eräänlainen aatesuuntaus, jonka mukaan journalismin on oltava enemmänkin keskustelua kuin luennointia. Tähän perinteinen media ei ole pystynyt yksisuuntaisella viestinvälityksellä. (Seppänen & Väliaverron 2012, 160.)

4.5 Vertaismedian tulevaisuus

Vertaismedian tulevaisuus on osittain hämärän peitossa nopeasti kehittyvän teknologian ja sitä myötä muodostuvien uusien käytänteiden ja tottumusten vuoksi. Suurin osa tutkijoista on kuitenkin sitä mieltä, että joukkoviestinnän luennoiva ylhäältä alas -malli on tullut lopullisesti tiensä päähän ainoana joukkoviestinnän muotona. (Sirkkunen 2008, 153.)

Sirkkunen lainaa (2008, 153) Jenkinsiä, joka ennustaa vertaismedian, sisällön jakamisen ja osallistumistalouden jatkavan kasvuaan, mutta yhtäältä myös sisällöntuotannon konvergenssin voimistuvan, joka johtaa siihen, että osa vertaismedian muodoista sulautuu kaupalliseen mediatoimintaan.

Deuze puolestaan (Sirkkunen 2008, 153) ennustaa yksisuuntaisen median säilyvän ja elävän rinnakkain vertaismedian kanssa. Tämä antaa käyttäjille entistä tarkemman kontrollin kulutettavaan mediasisältöön.

Benkler ei usko (Sirkkunen 2008, 153) internetin toimintalogiikan saavuttavan lähiaikoina tasapainoa talouden kannalta ajateltuna, vaan vertaismedian tuottaman ei-kaupallisen ja vapaasti sisältöä kopioivan, muokkaavan ja levittävän toimintamallin mahdollisen kasvun ajavan perinteisen media-alan taloudelliseen ahdinkoon ja uudelleenjakoon.

Sirkkunen (2008, 154) puolestaan esittää kysymyksen uudenlaisten tekijäyhteisöjen suhtautumista vertaismedian palveluiden kaupallistumiseen, mainonnan uusiin muotoihin ja muihin yrityksiin rakentaa liiketoimintaa vertaismedian ympärille, kun se aika väistämättä koittaa. Keksivätkö nykyiset vertaismedian sisällön tuottajat ja kuluttajat

uusia, innovatiivisia vertaismedian muotoja vai hyväksyvätkö he kaupallistumisen eräänlaisena väistämättömänä kehityskulkuna?

Sirkkunen (2008, 154) myös huomauttaa, että internetin kanssa käy luultavasti samoin kuin muiden vakiintumassa olevien teknologioiden; ne luovat ympärilleen joka tapauksessa joukon uusia valtahierarkioita, joita ei vain kehityksen alkuhetkillä vielä huomata.

5. VERKKOLEHTI KOLLAUS

Verkkolehti Kollaus on vapaaehtoisin voimin tehtävä kuukausittain ilmestyvä luovaan kirjoittamiseen ja kaupunkikulttuurin vaalimiseen sekä esittelemiseen keskittynyt blogipohjaiselle alustalle rakennettu julkaisu.

Sen voidaan ajatella olevan digitaalisen ajan DIY-kulttuurin yksi konkreettinen ilmentymismuoto, vertaismedia, joka toimii omaehtoisen sisällöntuotannon keinoin normaalien mediatalouksien ulkopuolella. Kollauksen muotokieleen on myös keskeisesti vaikuttanut mediakonvergenssi, joka on mahdollistanut lehden teon ja jakelun uusien, digitaalisen aikakauden välineiden ja väylien avulla.

Pyrin tässä luvussa refleктоimaan verkkolehti Kollausta DIY-kulttuuriin niin ideologisesti näkökulmasta kuin myös konkreettisen toteutustavan kautta tarkasteltuna. Tarkastelen myös, mitä mahdollisuuksia sisällöntuottamiseen ja jakeluun mediakonvergenssi on luonut ja miten se vaikuttaa Kollaukseen. Pohdin myös motiiveja, jotka ovat omaehtoisen tekemisen ja DIY-kulttuurin taustalla.

5.1 Printistä digitaalisuuteen

Ennen Kollausta olin mukana toteuttamassa HELHET-lehteä. HELHET oli toteutustavaltaan lähellä zine-julkaisuja. Sisältö oli äkkiväärää ja suunnattu pienelle kohdeyleisölle. Lehden taittotapa oli normaaleista tyyleistä eroava ja tyyli viimeistelemätöntä ja visuaalisesti karkeaa. Lehti painettiin Saksassa ja sitä levitettiin oululaisten baarien vessoissa. Oma roolini HELHETissä oli varsin pieni ja kerronkin vain seuraavaksi omia kokemuksia siitä. Se oli kuitenkin merkittävä askel omalla kohdallani DIY-kulttuurin maailmaan sekä omaehtoiseen tekemiseen ja on siksi mielestäni analysoinnin arvoinen.

Gauntlett kertoo omasta zine-taustastaan (2011, 54), kun hän opiskeluaikoina julkaisi omaa zine-lehteään. Sisällön tekeminen ja lehden painaminen eivät olleet ongelma, vaikkakin lehden painamisesta kertyi opiskelijan lompakkoa rasittaneita kuluja. Suurin ongelma oli kuitenkin lehden jakelu. Gauntlett julkaisi kaksi 800 kopion numeroa, joiden levittäminen kesti yhteensä vuoden per numero.

Gauntlett myi lehtiään nimellishintaan kattaakseen lehden painokulut. Tämä on tyypillinen toimintatapa zine-lehtien osalla kuten myös pienet harrastajien ylläpitämät posti-myynnit. HELHET puolestaan rahoitettiin mainostuloin, mikä vieraannuttaa sen osittain alkuperäisestä ja aidosta zine-kulttuurista, vaikkakin myös HELHETin tavoite oli puhdaasti voittoa tavoittelematon ja mainostuloilla pyrittiin pelkästään kattamaan painokulut. Näin toimittiin, jotta lehteä pystyttiin jakamaan ilmaiseksi. Mainostajina toimivat paikalliset baarit sekä muutaman kaverin oma yritys. Kuitenkin mainosrahoitteinen lehti on aina mainosrahoitteinen lehti ja se syö tiettyä uskottavuutta. HELHET jäi yhden numeron mittaiseksi kokeiluksi, koska mainosrahoitteinen tapa kattaa kustannuksia osoittautui liian aikaa vieväksi ja liian työlääksi. Yksinkertaisesti mainostajien etsiminen ja houkuttelevaaminen koettiin liian hankalaksi tehtäväksi eikä siihen ollut kovin monella ihmisellä aitoa innostusta ja paloa.

Puhdasta DIY-kulttuuria lehdessä oli kuitenkin se, että se jaettiin ilmaiseksi ihmisille, se tehtiin alusta loppuun saakka itse ilman ammattiapua – pois lukien painoprosessi – sekä ennen kaikkea se, että sillä haluttiin näyttää nykypäivän nuorten myös pystyvän tekemään jotain alusta loppuun saakka itse.

Lehden kaksi päätekijää, Topi Rönkä ja Matti A. Kemi kertovatkin sanomalehti Kalevan haastattelussa ihmisten arvostavan tee se itse -”puuhastelua”, vaikka sisältö ei vastaisikaan täysin omaa makua. (Samira 2009, hakupäivä 20.3.2014)

HELHET jäi siis yhden numeron joutsenlauluksi, mutta tietynlainen herääminen omaehtoiseen julkaisutoimintaan ja sisällöntuottamiseen oli syntynyt. Myös yhteisöllisyysprojektin ympärillä vetosi. Oli antoisaa olla mukana toteuttamassa sisältöä yhdessä muiden samanhenkisten ihmisten muodostaman yhteisön kanssa. HELHET jätti sisällemme palon tehdä ja luoda jotain alusta asti itse tehtyä ja tuotettua. Jotain, mikä jättäisi jäljen meidän arvostamaamme kulttuuriin ja samalla myös edistäisi ja rikastaisi sitä kulttuuria. Oli aika perustaa verkkolehti Kollaus.

5.2 Mikä on Kollaus?

Kollaus on ilmaiselle blogialustalle rakennettu kuukausittain ilmestyvä verkkojulkaisu, jonka sisällön tuottamisesta vastaavat vapaaehtoiset ihmiset ilman rahallista korvausta.

Kollauksella on kaksi vastaavaa päätoimittajaa, allekirjoittanut ja HELHETin toinen perustaja Matti A. Kemi. Me ideoimme jokaisen lehden aihepiirin sekä sisällöllisen laajuuden sekä vastaamme sisällön tuottajien rekrytoinnista sekä lopullisen tuotteen – eli verkkojulkaisun – ”taittamisesta” eli blogialustalle kokoamisesta, asettelusta ja julkaisusta.

Kollauksen tarkoitus on säilöä aikansa katu- ja kaupunkikulttuuria sekä tuottaa sisältöä omintakeisella tyyllillä, niin sanotulla äkkiväärällä lähestymistavalla. Tällä keinolla haluamme erottua valtamedioista ja niiden tyylistä käsitellä asioita, vaikka käsiteltävät aiheet saattavatkin olla usein samoja kuin valtamediassa esillä olevat aiheet.

Olemme määritelleet Kollaukselle muutaman teesin, jotka kuvaavat lehden ideologiaa:

- Kollaus säilöä aikansa katukulttuuria
- Kollaus ennakoi, katselee ja näyttää
- Kollaus haastaa
- Kollaus on arvaamaton ja koulimaton
- Kollaus kunnioittaa ja kyseenalaistaa
- Kollaus visualisoi
- Kollaus kasaantuu. Kollaus jakaantuu. Kollaus leviää. (Kemi & Pohjola 2013, hakupäivä 20.3.2014)

Kyseessä on siis yhteisöllinen projekti, jonka tekijäkunta on joustavaa ja vaihtuvaa, mutta samalla meidän arvomaailmamme allekirjoittavaa. Kollaus on siis suuressa määrin alakulttuurijulkaisu, jonka kohderyhmä on samoista arvoista ja kulttuuri-intresseistä kiinnostunutta ihmisryhmää, jotka kunnianhimoisena ajatuksena Kollaus haluaa koota yhteen ja yhteisöllistään sekä myös omalla tavallaan rikastuttaa tämän yhteisön kulttuuriperimää.

5.3 Mediakonvergenssin vaikutus Kollauksen konkreettiseen ilmenemismuotoon

Mediakonvergenssi lähes kaikkine osa-alueineen on vaikuttanut siihen, että Kollaus voi ilmestyä siinä muodossa kuin se ilmestyy – ykkösinä ja nollina, yhteen muotoon pakat-

tuna formaattina josta muodostuu ainakin visuaalisesti konkreettinen tuote - verkkolehti Kollaus.

5.3.1 Teknologisen konvergenssin vaikutus Kollaukseen

Teknologinen konvergenssi on varmasti yksi merkittävin yksittäinen tekijä siinä, että Kollausta voidaan julkaista verkkojulkaisuna. HELHET oli konkreettinen, fyysinen ja jollain tapaa pysyvä tuote, jonka yksi arvo oli nimenomaan sen konkreettisuus samalla tavoin kuin zine-lehtien yksi arvo on konkreettisuus ja alakulttuurien rikastuttaminen. Kollaus ei tähän konkretiaan samalla tavalla pysty, koska se ilmestyy internetissä. Se on siellä jossain, jota voi käydä katsomassa silloin kun on koneella ja internet-yhteyden äärellä, mutta sitä ei voi pitää kirjahyllyssä ja esitellä vieraille tai antaa kadulla tunteuttomille. Sitä ei voi hypistellä ja fyysisesti tuntea käsissään. Vaikka internetissä olevaa materiaalia pystyykin muuttamaan konkreettisempaan muotoon esimerkiksi tulostamalla, on hyvin epätodennäköistä että joku tekisi niin Kollauksen kohdalla. Lisäksi Kollauksen ”taitto” on suunniteltu verkkolehtimuotoon, joten se ei luultavasti toimisi edes kovin hyvin tulostettuna.

Mediakonvergenssin myötä Kollaus on kuitenkin olemassa. Kuten HELHETin kohdalla todettiin, vaatii konkreettinen toteutustapa enemmän aikaa sekä myös rahaa, jotta lopullinen tuote saadaan valmiiksi. Siitä syystä etenkin omaehtoiset ja vapaaehtoisin voimin tehtävät julkaisut ovat alttiimpia epäonnistumiselle ja niin sanotusti kuolemiselle, kuin taloudellisista tekijöistä riippumattomat ja helposti valmiiseen muotoon tehtävät verkkolehdet.

Teknologinen konvergenssi on mahdollistanut sen, että Kollaus pystyy esittelemään joka numerossa mediasisältöä niin kirjoitettuna, kuvattuna, äänitettynä kuin myös linkittämällä mediasisältöä muista lähteistä. Se on nimenomaan mahdollista siitä syystä, että teknologisen konvergenssin myötä tieto on keventynyt ja sitä pystytään muokkaamaan ja käsittelemään yhdeltä päätelaitteelta.

Teknologinen konvergenssi on mahdollistanut myös Kollauksen jakelun ja levittämisen aivan eri tavalla kuin mitä esimerkiksi HELHETin osalta jakelu toteutettiin. HELHET-lehteen tutustuminen vaati sitä, että sen sai jostain käsiinsä tai tunsu jonkun, jolla lehti oli. Potentiaalinen lukijakattavuus oli siis lähinnä lehden levikin verran. Kollausta sen

sijaan voi käydä lukemassa kuka tahansa ja milloin tahansa. Sivustoa markkinoidaan vertaismedioissa kuten Facebookissa ja Twitterissä sekä tietenkin puskaradion kautta, joka on etenkin tiiviissä ala- ja vastakulttuureissa edelleenkin varmasti yksi merkittävimmistä tietolähteistä.

Teknologinen konvergenssi ja tiedon muuttuminen samaan muotoon on myös kiihdyttänyt päätelaitteiden kehitystä, joilla tietoa voidaan käsitellä ja lukea. Tietokoneet ja läpärät ovat saaneet rinnalleen tabletit ja älypuhelimet, joiden nykyiset ominaisuudet vastaavat aivan täysiverisiä tietokoneita. Nykyään siis verkkolehtiä voi lukea missä tahansa ja milloin tahansa sekä jakaa eteenpäin milloin vain haluaa.

Teknologinen konvergenssi on siis tuonut uusia tapoja tehdä ja levittää omaehtoisia DIY-julkaisuja sekä madaltanut kynnystä tehdä niitä, kun taloudellisia kuluja ei käytännössä ole. Voidaan siis ajatella, että tekijöillä on tänä päivänä huomattavasti enemmän mahdollisuuksia toteuttaa itseään, sillä teknologinen konvergenssi ei suinkaan tarkoita vanhojen tekniikoiden ja mahdollisuuksien häviämistä, vaan uusien mahdollisuuksien ja tapojen tuloa niiden rinnalle. Zine-julkaisuja voidaan edelleenkin tehdä ja niiden arvo digitalisoituneen tiedon rinnalla nojaa juuri siihen konkretiaan, käsissä pidettävään ja fyysiseen olomuotoon, joka käy harvinaisemmaksi ja harvinaisemmaksi teknologisen konvergenssin muuttaessa viestintää ja tiedon käsittelyä entistä enemmän kokonaisvaltaisemmin digitaaliseen ympäristöön.

5.3.2 Sisällöllisen konvergenssin vaikutus Kollaukseen

Sisällöllinen konvergenssi on hyvin paljon yhteydessä teknologiseen konvergenssiin. HELHET painotuotteena pystyi hyödyntämään pelkästään tekstiä sekä kuvaa, kun taas Kollaus pyrkii hyödyntämään ilmaisukielessä monipuolisesti digitaalisen ajan mahdollisuuksia.

Sisällöllisen konvergenssin vuoksi Kollauksen ilmaisukeinot ovat siis hyvin paljon monipuolisemmat kuin mitä HELHETissä oli. Kollauksen suurin sisällöllinen aineisto muodostuu tekstistä, mutta sisällöllisen konvergenssin myötä voimme käyttää tehokkeinoina esimerkiksi hyperlinkkejä, joilla ohjaamme lukijan esimerkiksi syventämään tietoa käsiteltävästä aiheesta jollekin toiselle sivustolle – jos lukija sitä itse haluaa. Hyperlinkkien yksi vahvuus nimittäin on se, että ne eivät riko tekstikokonaisuutta eikä niitä

välttämättä tarvitse huomioda mitenkään jos ei halua. Kollauksen tekstit toki pystyy lukemaan ilman hyperlinkkien avaamistakin. Ne ovat vain tarkoitettu eräänlaiseksi bonusiksi aiheesta enemmän kiinnostuneille ihmisille. Hyperlinkkien avulla voimme kirjoittaa huomattavasti äkkivääremmin - joka on tärkeä ja olennainen osa Kollauksen identiteettiä - olemalla silti informatiivisia. Ilman hyperlinkkejä tekstien pitäisi saavuttaa saman informaation kuin hyperlinkeillä höystetyt tekstit olla joko nykyistä pidempiä sekä luultavasti myös hiukan virallisemmin kirjoitettuja. Hyperlinkeillä voimme tarjota informaatio lukijoille pitämällä silti tekstit suhteellisen tiiviinä ja viihhteellisinä.

Kollaus hyödyntää lehden sisällössä myös videoita ja ääntä. Esimerkiksi YouTubeista linkitetyt videot ovat tärkeä osa Kollausta. Pystymme esittelemään mielenkiintoisia artisteja ja ilmiöitä huomattavasti konkreettisemmin, kun meillä on mahdollisuus linkittää tekstin perään YouTube-video, jonka lukija voivat heti käydä katsomassa niin halutesaan. Printtilehtien levyarvostelut herättävät minussa usein mielenkiinnon arvosteltavasta artistista, mutta koska en pääse heti kuuntelemaan artistia, tahdon unohtaa arvosteltavat artistit ja hyvin harvoin muistan myöhemmin käydä kuuntelemassa niitä. Sisällöllisen konvergenssin myötä me pystymme esittelemään artistit niin äänellisesti kuin kuvallisesti heti tekstin yhteydessä ja lukija pystyy heti käydä kuuntelemassa ja katsomassa kyseisen teoksen.

Sisällöllinen konvergenssi tekee Kollauksesta huomattavasti notkeamman ja ketterämmän julkaisun kuin mitä esimerkiksi HELHET oli. Se mahdollistaa sen, että lehden sisältö voidaan rakentaa useiden erilaisten viestintäkeinojen ympärille. Se monipuolistaa lehden sisällöllistä, mutta myös visuaalista ilmettä ja antaa vaihtoehtoja kuluttajalle; jos ei niin hirveästi pidä lukemisesta, on lehdestä silti mahdollisuus saada jotain irti esimerkiksi videoiden ja linkkien avulla.

5.3.3 Kulttuurillisen konvergenssin vaikutus Kollaukseen

Kulttuurillinen konvergenssin vaikutus mediamaisemassa näkyy vahvana myös Kollauksessa. Kollaus on osa sitä kehitystä, jossa yksisuuntainen ylhäältä alas suunnattu mediakäsitys on pirstaloitumassa keskustelemaan, kaksisuuntaiseen mediakäsitykseen. Kollauksen tekijät ovat yhtäältä sisällön tuottajia ja jakelijoita kuin myös sisällön kuluttajia. Kuluttajan ja tuottajan välinen raja on kulttuurillisen konvergenssin myötä hämärtynyt

ja yksi keskeisimpiä tekijöitä siihen miksi tällainen kehitys on ollut mahdollista, on nimenomaan vertaismedian erilaiset alustat, joihin sisällön tuottaminen on helppoa ja ilmaista sekä sisällön jakaminen äärimmäisen nopeaa ja yksinkertaista. Jos sisällön tuottaminen olisi vaikeampaa, ihmiset luultavasti jättäisivät sen sisällön tuottamisen ammattilaisten ja yritysten harteille. En usko, että Kollaustakaan tehtäisiin, jos tekeminen olisi kohtuuttoman vaivalloista ja aikaa vievää sekä kustannuksia aiheuttavaa. Silloin median rakenne olisi luultavasti pysynyt viestintänä ammattimaisilta tuottajilta kuluttajille eikä kaksisuuntaiselle sekä keskustelevalle mediasisällölle ja kulttuurimuutokselle olisi ollut niin paljon mahdollisuuksia.

Kulttuurillisen konvergenssin yksi erityispiirre – jakamiskulttuurin tietynlainen muutos – näkyy myös Kollauksessa ja Kollauksen ympärille rakennetussa tai muotoutuneessa yhteisössä. Sen lisäksi, että Kollaus ilmestyy omalla blogipohjaisella sivustolla, sille on myös perustettu Facebookiin oma sivusto. Tästä johtuen sosiaalinen kuratointi toteutuu Kollauksessa kahdella tavalla: Kollaus esittelee lehdessä meidän mielestämme mielenkiintoisia ilmiöitä ja asioita, joka on omalla tavallaan perinteisen median keino kuratoida asioita ihmisille.; sisällön tuottajien yksisuuntaista viestintää yleisölle. Facebook-sivulla tiedotamme Kollaukseen liittyvistä asioista, mutta myös esittelemme yhteisöä mahdollisesti kiinnostavia mediasisältöjä, joka on sosiaalisen median erityispiirteiden vuoksi kaksisuuntaista viestintää, johon yhteisö voi osallistua jakamalla tai tuottamalla sisältöä keskusteluun.

5.3.4 Sosiaalisen konvergenssin ja -median vaikutus Kollaukseen

Ihmisten lisääntyvä sosiaalinen kanssakäyminen nimenomaan digitaalisissa ympäristöissä kasvaa jatkuvasti. Tämä johtuu teknologian kehittymisestä ja teknologisen konvergenssin etenemisestä sekä myös koko viestintäkulttuurin muutoksesta ja yhteiskunnallisten palveluiden ja tuotteiden siirtymisestä verkkoon. Ihmiset eivät mene enää verkkoon, he ovat siellä koko ajan.

Sosiaalisen konvergenssin myötä Kollaus voi pitää yhteyttä yhteisöön koko ajan, eikä se tunnu kenestäkään oudolta tai tungettelevalta. Digitaalustumisen alkuaikoina, ennen yhteisöpalveluiden yleistymistä, ihmisten vuorovaikutus hoidettiin enemmän perinteisiä vuorovaikutustapoja noudattaen. Jatkuva yhteydenpito olisi koettu tungettelevaksi, sillä ihmiset eivät voineet valita ottavatko he viestin vastaan vai eivät. Sähköpostin lähettä-

minen, puhelimella soittaminen tai jatkuva mainoksille altistuminen pakottaa vastaanottajan reagoimaan viestiin jotenkin. Siksi näiden viestintävälineiden käytössä on oltava harkitseva ja niiden liiallinen käyttö usein koetaankin häiritseväksi. Sosiaalisen median myötä viestin vastaanottajalle on mahdollistunut eräänlainen valinnan vapaus, sillä kuuluttajalla on entistä paremmat mahdollisuudet vastaanottaa vain omaa mielenkiintoa koskevaa mediasisältöä. Kollauksen Facebook-sivustolla olevat ihmiset eivät häiriinny, vaikka laittaisimme joka päivä uutta mediasisältöä sivustolle. Se on jopa suotavaa, sillä mitä aktiivisemmin sosiaalisen median yhteisöihin tuotetaan sisältöä, sitä eläväisempiä ne ovat ja kannustavat myös yhteisön muita jäseniä tuottamaan sisältöä ja sitä kautta rikastuttamaan yhteisön kulttuuria ja nostamaan sen arvoa sekä mielenkiintoa niin ryhmän sisältä kuin myös ulkopuolelta katsottuna.

Sosiaalinen media on pienentänyt maailmaa, sillä jos viestintäkulttuuri on teknologisen kehityksen myötä nopeutunut, on sosiaalinen media nimenomaan jakamiskulttuurillaan nopeuttanut viestintää entisestään. Jos maailmalla tapahtuu jotain isoa, siitä ei ensimmäisenä saada tietoa televisiouutisista tai radiosta, vaan tieto ehtii leviämään sosiaalisessa mediassa kauan ennen televisiouutisissa nähtävää uutista. Tämä sama koskee myös ilmiöitä. Sosiaalisessa mediassa, jossa tieto ja ilmiöt leviävät kulovalkean tavoin, vanhan tiedon levittäminen ja esitleminen syö sekä uskottavuutta että mielenkiintoa, sillä täytyy muistaa että ihmisten sosiaalisen median verkostot ovat hyvinkin pirstaloituneet ja eri tahoilta saatava sama tieto eri aikoina saattaa ärsyttää tai ainakin kyllästyttää ihmisiä. Siksi vaaditaankin välillä tarkkaa harkintaa, mitä ilmiöitä ja asioita yhteisölle esitellään. Tuoreus on toki valttia, mutta myös vanhat, jo unholaan painuneet ilmiöt ja asiat luovat mielenkiintoista sisältöä sosiaalisen median yhteisöihin, kunhan ne vain kiinnostavat yhteisöä ja luovat jotain uutta sisältöä ja arvoa heille. Sosiaalinen kuratointi onkin siis ihan samanlaista yleisön mielenkiintojen arviointia kuin taidemuseon kuraattorin arviointi näyttelykokonaisuuksia rakennettaessa. Kollaus pyrkiikin erottumaan massasta esittelemällä tarkoin harkittuja ja jollain tapaa yllättäviä ja muusta mediasisällöstä poikkeavaa materiaalia, joka osaltaan tiivistää yhteisöä ja antaa syyn olla mukana siinä sekä osana sitä.

5.4 Kollaus osana digitaalisen ajan DIY-kulttuuria

Omaehtoinen sisällöntuottaminen on saanut uusia keinoja yhteiskunnan tietoteknistymisen ja digitalisoitumisen myötä. Kuten Risto Kunelius totesi, jokaisella on mahdollisuus

tehdä ja julkaista oman näköisiä julkaisuja helposti, nopeasti ja edullisesti esimerkiksi valmiiden blogialustojen tai muiden vertaismedian palveluiden kautta. Kunelius ennusti näille uusille julkaisuille myös merkittävää roolia tiedon ja kokemuksen välittäjinä sekä uusien ajatusten ja ajattelutapojen areenoina. Näillä areenoilla eri alakulttuurit sitten pääsevät kehittämään ja tuomaan julki omia esityksiä ja mielipiteitä.

Vaikka Kunelius vie pohdinnan median uusrakenteisiin ja yhteiskunnan mediakentän pirstaloitumiseen sekä vaikuttamismahdollisuuksiin, on Kollaus myös osa näitä Kuneliuksen esille nostamia digitaalisen aikakauden sisällönjulkaisuareenoita pelkästään jo sisällön tuottamisen, sen esittelemisen sekä kokoamisen näkökulmasta. Kollaus ei esitele lehden sivuilla Gustav Stickleyn Craftsmanin tai John Holtin The Whole Earth Catalogin tavoin käytännön ohjeita huonekalujen tai muiden hyödykkeiden rakentamiseen ja valmistamiseen, vaan enemmänkin suodattaa ja jäsentelee tietoa sekä tuottaa omaa sisältöä ja kulttuurillista rikkautta yhteisön käytettäväksi.

Digitaalisella aikakaudella, missä tietoa on tarjolla valtavat määrät ja missä sitä tuotetaan kokoajan lisää, on tyypillistä että tieto jaotellaan erinäisten kriteereiden perusteella. Eri ala- ja vastakulttuurien muodostamat yhteisöt ovat kiinnostuneita siitä tietomassasta, joka sopii heidän kulttuurinsa kriteereihin. Kollauksen ympärille muodostunut yhteisö on kiinnostunut luovasta kirjoittamisesta sekä katu- ja kaupunkikulttuurista. Sen lisäksi, että Kollaus esittelee näitä aihealueita lehdessään, Kollaus myös rikastuttaa tämän yhden alakulttuurin kulttuuriperimää aivan samoin kuin mitä esimerkiksi zinet rikastuttavat punkin kulttuuria. Kollaus ilmestyy vain zineistä poiketen nykyajan digitaalisia väyliä hyödyntäen ja vaikka sen sisältöön ja esittämismuotoon vaikuttavat mediakonvergenssin ja teknologisen kehityksen piirteet, ei Kollauksen lopullinen sisältö - lukijalle välittyvä tieto, kulttuurin jakaminen sekä viihdearvo - ole juurikaan muuttunut esimerkiksi zine-julkaisujen sisällöstä.

Kollauksessa yhdistyy myös vertaismedioille tyypillinen yhteisöllisyys sekä DIY-kulttuurille tyypillinen alusta loppuun saakka tekeminen. Kollaus suunnitellaan ja toteutetaan niin sanotun tekijäkollektiivin kanssa yhdessä, jonka jälkeen se visualisoidaan ja toteutetaan valmiiseen muotoon. Käytämme valmiiksi koodattua blogialustaa, jolle vain jäsentelemme tuottamamme mediasisällön. Digitaalisen ajan DIY-kulttuuri keskittyykin entistä vahvemmin sisällön luomiseen, koska alusta- ja julkaisuratkaisut ovat valmiiksi jo luotu jonkun muun toimesta.

Digitaalisen ajan DIY-kulttuurin rakenteesta voikin löytää kolme toimijaa: Sisällön tuottajat, sisällön vastaanottajat sekä kaupalliset toimijat, jotka mahdollistavat vertaismedioiden ylläpidon ja kehittämisen luomalla toiminta-alustat. Tähän liittyy huomionarvoinen riski materiaalin ja kulttuurin säilyvyyden kannalta, sillä siinä missä ennen tehtiin fyysisiä tuotteita, digitaaliset DIY-julkaisut ovat kolmansien toimijoiden palvelimilla ilman mitään takausta siitä, että ne myös tulevaisuudessa siellä säilyisivät luetussa muodossa.

Kollaus on meidän jättämämme kulttuurillinen perintö tietyllä löyhästi rajatulle alakulttuurille. Se noudattelee hyvin pitkälti yksinkertaisia ja vanhoja DIY-toimintatapoja höystettynä vain uusilla keinoilla luoda ja julkaista sisältöä. Se on jakamisen ja tuottamisen ilosanoma, jota tarjotaan DIY-kulttuurin arvojen mukaisesti ilmaiseksi ihmisille. Se on yhtäältä meidän omaa vapaaehtoista sisällöntuottamista, jota haluamme jakaa myös samanmielisille ihmisille, mutta se on myös keskisormi kaupallisuudelle ja ainaiselle voitontavoittelun kulttuurille. Kollaus on vapautta tehdä jotain alusta loppuun asti itse. Se on DIY-kulttuuria digitaalisuudella höystettynä.

5.5 Kollauksen tekemisen motiivit

Kuten Lenhartin ja Foxin tutkimuksessa todettiin, myös omakohtaiset motiivini tehdä Kollausta lähtevät itseilmaisusta. Luomisen tarve, mielikuvituksen vapauttaminen ja luovuuden konkretisoituminen muille näytettävään muotoon tuottaa mielihyvää. Se on vastapainoa arjen rutiineille, työn pilkkoutumiselle ja hektiselle yhteiskunnalle. Se on henkireikä, jonka kautta voi purkaa omia tuntojaan ja luovuuttaan.

Myös Sirkkusen mainitsema *omien taitojen kehittäminen* on minulle yksi motiivi tehdä Kollausta. Se kehittää itseilmaisua sekä konkreettisia taitoja, kuten vaikka kirjoittamista tai visuaalisen ilmeen hahmottamista ja suunnittelua. Koen sen hyödylliseksi myös koulutuksellisesti sekä ammatillisesti. Koen Kollauksen tekemisen myös kehittävän niitä valmiuksia, joita tarvitsen mahdollisesti myös työelämässä.

Kollauksen tekemisen motivaattoreina toimivat myös suhdeverkostot sekä sosiaalisen pääoman kasvattaminen. Kollaus ei missään nimessä pyri havittelemaan massan suosiota. Tekstit ovat paikoin hyvinkin haastavia ja raskaita eikä lähestyminen asioihin nou-

dattele aina sitä helpointa reittiä. Lisäksi Kollaus on tarkoituksella osittain sisäsiittoinen julkaisu. Se on suunnattu pääasiassa luovasta kirjoittamisesta kiinnostuneille nuorille aikuisille, joilla on siteitä Ouluun. Maantieteellinen kohderajaus johtuu lähinnä siitä, että Kollauksen yksi ideologinen tehtävä on pyrkiä säilömään oululaista ala- ja kaupunkikulttuuria.

Johtuen Kollauksen suhteellisen omintakeisesta sisällöstä on myös sen ympärille kehittynyt yhteisö suhteellisen tiivis. Kollauksen tekemisen ansiosta olenkin tavannut ja tutustunut useaan samanmieliseen ihmiseen. Lisäksi olen saanut kasvatettua ammatillista suhdeverkostoani, sillä moni Kollausta tekemässä olleista tai siitä kiinnostuneesta opiskelee tai työskentelee media-alalla.

Myös ideologialla on suuri merkitys motivaattorina. Kollaus on eräänlainen DIY-tuote. Haluamme jakaa ihmisille vinkkejä mielenkiintoisista jutuista, ilmiöistä ja tapahtumista. Haluamme antaa heille myös konkreettisia tee-se-itse -ohjeita Steward Brandin The Whole Earth Catalogin tapaan. Näiden materiaan konkretisoituvien ideologioiden lisäksi Kollaus toimii minulle myös aatteellisen ideologian äänitorvena. Se on täysin riippumaton media, jonka kautta voimme ottaa kantaa meitä kiinnostaviin asioihin ja ilmiöihin ilman mitään estoja tai rajoituksia. Se on ennen kaikkea sisältöä sisällön vuoksi ja kapinoi klikkauskulttuuria ja kertakäyttöjournalismia kohtaan. Haluaisin itsekin lukea ja kuluttaa samanlaista sisältöä kuin mitä me luomme Kollaukseen. Sitä ei vain ole hirveästi saataville, joten olemme päätyneet tekemään sitä itse. Meidän on tullut kuluttaja-tuottaja -mallin harjoittajia.

Massamedia on pirstaloitunut pienien yhteisöjen mosaiikkimaiseksi, itse mediasisällön tuottaviksi ja muiden mediasisältöä jakaviksi pienryhmiksi, joiden välillä ihmiset kommunikoivat ristiin. Myös tämä on yksi Kollauksen tekemisen motiiveista; kommunikoida sen oman mielenkiinnon jakavien ihmisten kesken luomalla mediasisältöä sen kyseisen alakulttuurin ja yhteisön käytettäväksi ja kulutettavaksi. Omaehtoinen julkaisutoiminta on sen tietyn yhteisön sisäpuolelle rakentuvan kulttuurillisen ilmiön rikastamista ja jakamista. Se on sen hengissä pitämistä, kehittämistä, tietoisuuteen tuomista sekä kasvattamista. Se on jo itsessään valtava motivaattori; luoda jotain pysyvää ja tunnistettavaa hektisen viestinnän ja kertakäyttöisen kulutuskulttuurin rinnalle.

Kollauksen tekemisen motiivit kumpuavat siis niistä samoista tarpeista, kuin mitä John Ruskinilla jo aikanaan oli. Vaikka mediakonvergenssi ja teknologinen kehitys onkin muokannut DIY-kulttuurin toteutustapoja, on ideologinen perinne silti selvästi tunnistettavista yli 200 vuoden päästä siitä, kun teollinen vallankumous kylvi DIY-kulttuurin siemenen ihmisten tietoisuuteen ja toimintaan.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

John Ruskinin reaktio viktoriaanisen aikakauden nopeasti voimistuvaan teollistumiseen ja kapitalismin voittoa tavoittelevaan tehokkuuteen, työtehtävien pilkkomiseen ja niin sanotun liukuhihnateollisuuden vaikutukseen ihmisen omasta käsityksestä itsestään sekä taidoistaan on ajankohtaisempi kuin koskaan ennen.

Jälkiteollinen aikakausi, jossa teollisesta yhteiskunnasta ollaan siirtymässä palveluyhteiskunnan kautta tietoyhteiskuntaan muokkaa perinteisiä työmarkkinoita ja siellä tarvittavia tietoja. Ennen viktoriaanisen ajan teollistumista erilaiset käsityöt ja käsillä tehtävät työtehtävät olivat merkittäviä ammattimuotoja. Työ tehtiin alusta loppuun asti itse ja työvaiheet olivat monipuolisia.

Teollistumisen myötä työtehtävät pilkottiin osiin ja osaaminen spesifioitiin. Luotiin tarkasti suunnattuja ja rajoitettuja työtehtäviä. Työntekijät saattoivat osata oman työtehtävänsä briljantista, mutta heillä ei välttämättä ollut käsitystä lopullisesta tuotteesta tai siihen uppoavista työtehtävistä. Työ muuttui yksitoikkoiseksi ja tarkasti rajatuksi. Se ei antanut samalla tavalla tilaa luovuudelle kuin vanha käsityökulttuuri.

Teollista aikakautta on eletty jo lähemmäs 200 vuotta ja sukupolvet ovat kasvaneet osaksi sitä. Jos teollinen vallankumous aikanaan vei ihmiset kauemmaksi maanläheisestä käsityöläisyydestä ja luovista työtehtävistä, on jälkiteollinen aikakausi – niin sanottu tietoyhteiskunta – vieraannuttanut ihmisen entistä enemmän käsillä tekemisen kulttuurista. 1950-luvun teollisuuden työtehtävät olivat hyvinkin paljon käytännönläheisempiä ja fyysisempiä, kuin mitä tietokoneella tehtävä työnteko 2000-luvun robottiohjatuiden automaattitehtaiden valvontahuoneissa.

Ihmistyövoiman korvaaminen teknologialla on romahduttanut monen perinteisen alan työntekijöiden kysynnän. Tämä on johtanut laajoihin uudelleenkoulutuksiin ja massatyöttömyyksiin aloilla, joiden ohi kehitys on ajanut. Toisaalta tietoyhteiskunta on luonut lukemattomia uusia työtehtäviä ja niiden hoitamiseen tarvittavia tietoja ja taitoja. Informaatiosta ja sen tuottamisesta, käsittelystä ja jakamisesta on tullut merkittävä osa yhteiskuntaamme.

Käsillä oleva murros ihmisten informaatio- ja työkulttuurissa on verrattavissa Ruskinin kokemaan teolliseen vallankumoukseen. Ruskinin ajatusten pohjalta kehittyi Arts and Crafts -liike William Morrisin toimiessa tiennäyttäjänä. Arts and Crafts -liikkeen käsillä tekemisen kulttuuria jatkojalosti Gustav Stickley, jonka julkaisema *The Craftsman* oli omiaan muuttamaan pelkästään käsillä tekemisen kulttuuria myös tiedon ja osaamisen jakamiskulttuuriin sekä DIY-kulttuurin konkreettisten piirteiden kehittymiseen.

Stewart Brandin *The Whole Earth Catalog* oli ideologisesta näkökulmasta tarkasteltuna lähempänä Gustav Stickleyn tiedon ja taidon jakamiskulttuuria, kun taas Alan Wattsin ja John Holtin DIY-kulttuuria on syytä tarkastella sosiaalipoliittisista näkökulmista ja tunnistaa sieltä kritiikki nimenomaan koululaitosta ja tasapäistäviä instituutioita kohtaan. Wattsin ja Holtin ideologiassa niin sanottu tee se itse -kulttuuri koetaan vastavoimaksi konemaisesti suunnitellulle oppimisolulle – instituutioiden raameille ja ennalta suunnitellulle kehitystielle.

DIY-kulttuuri palasi Gustav Stickleyn *Craftsman*in ja Brandin *The Whole Earth Catalog*in viitoittamalle tielle, kun nuorisokulttuurin valtasivat irokeesipäiset huutavat ja huomiota herättävät punkkarit. Punk-kulttuurissa, niin musiikin kuin myös ideologiankin saralla DIY-kulttuuri konkretisoituu itse tehtyihin ratkaisuihin, joilla vastustetaan massatuotantoa ja kapitalismin voittoa maksimoivaa kertakäyttökulttuuria. Lo-Fi musiikki, itse tehdyt levynkannet, zine-lehdet sekä kierrätetyt farkkuliivit olivat 1970-luvun punk-aatteen suoria konkretisoitumisia DIY-kulttuurin perinteiselle tee-se-itse -mentaliteetille. Aatepuolella taas punkin auktoriteetteja ja instituutioita vastustava DIY noudattelee osittain Alan Wattsin ja John Holtin luomien ideologioiden perinteitä höystettynä jo Ruskinin ajoista kumpuavalla kapitalismin ja tuotantotehokkuuden vieroksumisella.

Nyky-yhteiskunnan ihmiset elävät murroksessa, jossa teknologinen kehitys ja sen kiihdyttämä mediakonvergenssi näkyy yhteiskunnan joka osa-alueella. Ihmisten välinen viestintä on muuttunut rajusti viimeisten vuosikymmenten aikana ja tiedon määrä ja sen nopeus ovat lisääntyneet valtavasti. Teknologinen konvergenssi on keventänyt tietoa kannattelevan aineen painoa merkittävästä. Kun kaikki tieto muutettiin samaan muotoon – ykkösiin ja nolliin – mahdollistui uusien tiedonvälityskeinojen ja -kanavien syntyminen. Tieto laitettiin verkkoon ja ihminen pakotettiin menemään perässä. Nyky-

yhteiskunta pyörii käytännössä digitaalisen tiedon ympärillä. Ilman sitä, nykyinen yhteiskunta romahtaisi.

Yhteiskunnan teknologisoituminen koskee myös perinteisiä ala- ja vastakulttuureja. Teknologisen konvergenssin mahdollistamana nämä marginaaliryhmät siirtyivät kerhotoiloista ja pubipöytien äärestä vertaismediaan; sosiaalisen median blogialustoille ja yhteisöpalveluihin. Ennen tietoa vaihdettiin pöytäkeskusteluissa, leikattiin sanomalehdistä uutisia leikekirjaan sekä saatettiin luovimmissa tapauksissa intoutua tekemään zinelehtiä ja muita pienjulkaisuja. Tänä päivänä tieto jaetaan internetin kautta tietokoneiden ruuduille, älypuhelimiin ja tabletteihin. 2000-luvun alun hitaista sähköpostikeskusteluista on siirrytty yhteisöpalveluiden pikaviestintäkeskusteluihin ja älypuhelimien videopuheluihin. Alakulttuurit ovat verkostoituneet ja perustaneet omia digitaalisiin ympäristöihin rakennettuja yhteisöjä.

Internet, kaiken tiedon muuttaminen samaan muotoon ja teknologisen kehityksen ja konvergenssin mukanaan tuomat uudet medialaitteet, palvelut ja yhteisöt ovat tuoneet merkittävän määrän uusia toimintatapoja perinteisen DIY-kulttuurin rinnalle. Leikkaa ja liimaa menetelmällä kootut zinet ovat edelleen haluttuja ja arvostettuja tuotteita tietyissä alakulttuureissa, mutta niin konkreettista kuin myös aatteellista tietoa jaetaan tänä päivänä entistä enemmän keskustelufoorumeilla, blogeissa, verkkolehdistä ja sosiaalisen median julkaisualustoilla. Taide- ja käsityöalat sekä yhteisöt puolestaan liputtavat edelleen käsillä tekemisen kulttuuria, mutta ovat myös osanneet hyödyntää tietokoneiden tarjoamia uusia taidemuotoja kuten digitaalista kuvankäsittelyä ja digitaidetta varsin monipuolisesti.

DIY-kulttuurin aatepuoli, joka siis ei ole ollenkaan yksiselitteinen vaan jakautuu niin käsillä tekemisen kulttuuriin, kestävään kehitykseen, kapitalismin ja massatuotannon vastustamiseen, mutta myös instituutioiden ja tasapäistävien rajoitusten kritisoijsiksi on pysynyt teknologisten ja sosiaalisten murrosten mukana kohtalaisen hyvin. Ihmiset jakavat tietoa ja osaamistaan muille ihmisille usein, internetin mahdollistamien keinojen kautta. YouTubeen ladattu pyöräkorjausvideo tai see se itse -blogissa esitetty naulakon rakennusohjeet ovat suoraan Gustav Stickley'n DIY -kulttuurin jalostamaa tiedon ja osaamisen solidaarista jakamista ja muiden auttamista. Internetin keskustelupalstat ovat täynnä kysymyksiä ja vastauksia, koska yhteiskunnan rakentama talousjärjestelmä ei ole vielä oppinut kunnolla hinnoittelemaan tietoa etenkin yksityisellä tasolla. Yritysmää-

ilmassa tiedon arvo sen sijaan ymmärretään ja siitä on tullut merkittävä vallan ja talouden väline. Keskustelupalstoilla ei ole siis tietomaksua eikä vastaajan tilille kilahda provisiota avusta. Tietoa tuotetaan ja jaetaan pääsääntöiseksi ilmaiseksi. Ihmiset eivät edes huomaa toteuttavansa yhtä DIY -kulttuurin konkreettista muotoa; selviytymistä arjen pienistä ongelmista itse, ilman erikoisosaamista ja -välineitä. Väitänkin, että useat ihmiset eivät ole juurikaan tietoisia tai kiinnostuneita DIY-kulttuurin ideologiasta. He ovat vain yksinkertaisesti tottuneet jakamaan tietoa ja osaamista internetissä ilmaiseksi, koska internet on sen yleistymisen ajoista lähtien perustunut hyvin pitkälti vapaaseen käyttöön ja tietoon. Samalla tavoin ihmiset ovat myös tottuneet itse kuluttamaan mediasisältöä ilmaiseksi ja viime vuosina yleistyneet maksumuurit ja maksulliset sisällöt hakevat vielä paikkaansa. Tämä on yksi syy mediateollisuuden murrokseen ja median eräänlainen uusjako onkin käynnistynyt.

Ihmisten halu tuottaa sisältöä ilmaiseksi johtuu usein muista motivaattoreista kuin ideologisista tai aatteellisista tarkoituksiperistä. Teknologinen, sisällöllinen ja kulttuurillinen konvergenssi muokkaa ihmisten käsitystä ja tottumuksia viestinnässä ja verkostoitumisesta. Motiivit ovat usealle ihmiselle enemmänkin sisäänrakennettuja tarpeita ja haluja tyydyttää omaa itseilmaisun tarvetta sekä myös oman konkreettisen jäljen jättämistä historiaan, kuin tarkkaan mietittyjä kannanottoja tai ideologisia valintoja. Vertaismediat ovat kuitenkin mahdollistaneet myös ideologisista lähtökohdista tuotetun mediasisällön tuottamisen ja jakamisen ihan uudella tavalla. Yksisuuntainen sanelumedia on käytännössä romutettu kaksisuuntaisella keskustelevalle journalismilla, johon ovat merkittävästi vaikuttaneet eri vertaismedian muodot ja ilmiöt.

DIY-kulttuuri ja omaehtoinen julkaisutoiminta ovat kulkeneet pitkän matkan John Ruskinin ajoista lähtien. Toki sitä ennenkin ihmiset ovat tehneet asioita itse ja kritisoineet järjestelmiä ja instansseja, mutta teollistumisen myötä DIY-kulttuuri ensimmäisen kerran konkretisoitui ihmisten elämään ja ilmiö tuli tarpeelliseksi määritellä. Ihmisten halut ja tarpeet noudattelevat edelleen lähtökohtaisesti samoja sisäänrakennettuja tai ideologisia motiiveja, mutta mediakonvergenssin myötä viestinnän ja sisällöntuotannon uudet muodot ja kulttuurit ovat tuoneet uuden ulottuvuuden DIY-kulttuuriin.

Teknologian ja tietoliikenneyhteyksien kehitys, mediakonvergenssi, yhteiskunnan kulku kohti tietoyhteiskunnan entistä isompaa digitaalisen tiedon massaa ja sen merkitystä yhteiskunnalle, yhteiskunnan palveluiden ja instanssien siirtymistä enenevässä määrin

verkkoon ja sosiaalinen media sekä muut vertaismediat ovat muokanneet vahvasti ihmisten viestintää ja sosiaalista kulttuuria. Sosiaalisen median sisällöntuottajat ja jakajat ovatkin uuden DIY-kulttuurin ilmentymiä – vapaan ja ilmaisen tiedon tuottajia ja jakajia, jotka eivät aina edes ymmärrä tuottavansa sisältöä ja harjoittavansa eräänlaista DIY-kulttuuria. Entisestä ala- ja vastakulttuurien toimintatavasta, yhdestä keinosta kapinoida valtarakenteita ja instansseja vastaan on muodostunut valtavirtaa. DIY-kulttuurista on tullut huomaamatta osa ihmisten jokapäiväistä elämää, josta ideologinen ja aatteellinen vivahde on osittain painunut unholaan.

Digitaalisen ajan DIY-kulttuurin tulevaisuus on hyvin pitkälti teknologisen kehityksen sanelemaa. Uudet toimintatavat tuottaa ja jakaa mediasisältöä sulautuvat nykyisten rinnalle tai korvaavat niitä. Syntyy uusia keinoja kommunikoida. Osa uusista käytänteistä siirtyy ihmisten mukana heidän tuottamiin mediasisältöihin. Vertaismediat ja omaehtoiset digitaaliset julkaisut saavat uusia keinoja tuottaa ja esittää sisältöä. Mielenkiintoista on myös nähdä, mihin suuntaan internet ja vapaan sekä ilmaisen tiedon hallittavuus etenee. DIY-kulttuurin yksi aatepuoli; osaamisen ja ideoiden jakaminen nousee arvoonsa, jos mediayhtiöt tai muut taloudellista voittoa havittelevat instanssit pyrkivät kontrolloimaan ja hyötymään taloudellisesti internetin valtavasta tietosisällöstä nykyistä paremmin. Korostuuko silloin DIY-kulttuurin aatepuoli ja tiedon sekä ideoiden jakamiskulttuuri vastakulttuurina kapitalismin voittoa maksimoivan järjestelmän rinnalle, aivan kuten kävi Ruskinin ihannoimalle käsin tekemisen kulttuurille 1800-luvun alkupuolella teollistumisen mainingeissa?

7 POHDINTA

Do it yourself -kulttuuri ei siis ole kuollut yhteiskunnan digitalisoitumisen ja mediakonvergenssin myötä. Se on vain saanut uusia työkaluja ja toteutustapoja teknisen kehityksen myötä. Vertaismedioista ja digitaalisen ajan DIY-kulttuurista on tullut notkeampaa ja joustavampaa, kun tekijöiden ei tarvitse miettiä taloudellisia kysymyksiä ja sisällön luominen sekä jakelu on tehty helpoksi. Vertaismedian julkaisualustoja ylläpitävät kaupalliset toimijat kannustavatkin ihmisiä omaehtoiseen sisällöntuottamiseen ja ovat osittain ujuttaneet DIY-kulttuurin osaksi heidän omaa bisnestään; sosiaalista mediaa ja vertaismedioita ei olisi ilman ihmisten sinne ilmaiseksi tuottamaa sisältöä.

Tämän opinnäytetyön myötä olen saanut paljon uutta tietoa DIY-kulttuurin historiasta sekä sen nykytilasta, mediakonvergenssin vaikutuksesta niin viestintämaisemaan yleisesti kuin myös sen vaikutuksesta omaehtoiseen julkaisutoimintaan ja siihen liittyvään tekniseen ilmaisumuotoon. Olen syventänyt omaa osaamistani ja tietämystäni faktatietouden pohjalta, mutta myös reflektoiden omaa teostani yhteiskuntaan ja pyrkimällä analysoimaan, kuinka konkreettinen tekeminen ja DIY-kulttuurin harjoittaminen lopulta vastaa niitä ideologisia ja aatteellisia syitä, jotka juontavat juurensa jo 1800-luvulta John Ruskinin ajoilta lähtien.

Olen kiinnostunut yhteiskunnan kulttuurillisista muutoksista, joista viestinnän ja mediasemiotiikan muutos on entistä enemmän agendalla nyt, kun yhteiskunta etenee vääjäämättä kohti tietoyhteiskuntaa jossa tiedolla, sen käytettävyydellä sekä eheydellä on entistä suurempi rooli niin tavan kansalaisille kuin myös kaupallisille toimijoille. Opinnäytetyötä tehdessäni huomasinkin, kuinka laaja-alaisesti yhteiskunnan kulttuurimuutoksia pitää tarkastella, jotta niiden syyt ja kehityskulut voidaan ymmärtää. Aloitin DIY-kulttuurin tarkastelemisen 1800-luvun alun teollistumisen aiheuttamista vastareaktioista ja työ- ja kulttuurin muutoksista. Mielestäni näinkin kaukaa historiasta lähteminen oli perusteltua, sillä kun kartoitin DIY-kulttuurin historiaa, muodostui siitä selvä kehityskulku ja -polku aina tähän päivään asti. Ilman tämän kehityskulun purkamista DIY-kulttuuri olisi mielestäni vaikeampi hahmottaa ja ymmärtää.

Vertaismedioiden ympärille ja sosiaalisen median alustoille rakentuvat löyhästi yhteisölliset ala- ja vastakulttuurit tulevat tulevaisuudessa olemaan mielenkiintoinen tutkimuskohde yhtäältä niin ihmisten sosiaalisen kanssakäymisen kuin myös tiedon tuotta-

mis- ja jakamiskulttuurin kannalta tarkasteltuna. Jatkotutkimuskohteita voisikin olla vertaismedioiden merkitys ja vaikutus ihmisten yhteiskunnallisiin vaikutusmahdollisuuksiin ja viestintäkulttuurin muutoksiin. Myös DIY-kulttuurin merkitys niin digitaalisena kuin myös perinteisenä käsityönä toteutettuna ja liitettynä ihmisten elämänsisältöön ja hyvinvointiin olisi kiinnostava jatkotutkimuskohde. Tämän opinnäytetyön myötä pohdin myös omia motiivejani tehdä, tuottaa ja jakaa sisältöä omaehtoisesti ilman rahallista korvausta. Näitä motiiveja ja syitä miettiessäni ja pohtiessani olen entistä varmempi, että haluan tuottaa sisältöä ja rikastuttaa kulttuuria tekemällä jotain itse, omilla ehdoillani ja oman vapaan ilmaisun ja mielikuvituksen ruokkimana. Sitä minulle on DIY-kulttuuri pohjimmiltaan; vapautta tehdä asioita ja oikeutta toteuttaa itseäni.

LÄHTEET

DIY ethic 2014, Wikipedia, avoin tietosanakirja, hakupäivä 17.3.2014.

<http://en.wikipedia.org/wiki/DIY_ethic>

Fahim, Samira 2009. HELHET. Sanomalehti Kaleva, hakupäivä 20.3.2014.

<<http://www.kaleva.fi/peto/helhet/285110/>>

Gauntlett, David 2011. Making is Connecting – The social meaning of creativity, from DIY and knitting to YouTube and Web 2.0. Cambridge: Polity Press.

Heinonen, Ari & Domingo, David 2009. Journalismi murroksessa. Helsinki: Oy Yliopistokustannus.

Hirvonen, Antti & Tebest, Teemo 2013. Katso, kuinka moni ikäisesi suomalainen on Facebookissa. Yleisradio, hakupäivä 31.3.2014.

<http://yle.fi/uutiset/katso_kuinka_moni_ikaiesi_suomalainen_on_facebookissa/6522711>

John Ruskin 2014. Wikipedia, avoin tietosanakirja, hakupäivä 31.3.2014.

< http://en.wikipedia.org/wiki/John_Ruskin>

Kelly, Kevin 2008. Conceptual trends, current topics, hakupäivä 17.3.2014.

<<http://kk.org/ct2/2008/09/the-whole-earth-blogalog.php>>

Kemi, Matti & Pohjola, Aleksi 2013. Kollaus, hakupäivä 20.3.2014.

<www.kollaus.com>

Kilpi, Tuomas 2006. Blogit ja bloggaaminen. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Kotilainen, Sirkku & Tuominen, Suvi. Opetushallitus, hakupäivä 17.3.2014.

<<http://www10.edu.fi/lukiodiplomi/media/#32>>

Kunelius, Risto 2004. Viestinnän vallassa. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Kuutti, Heikki 2006. Uusi mediasanasto. Jyväskylä: Gummerrus Kirjapaino Oy.

Majava, Jere 2008. Kohti sosiaalista verkkoa. Teoksessa Aula, Pekka, Matikainen, Janne, Villi, Mikko (toim.). Verkkoviestintäkirja. Helsinki: Yliopistopaino.

Mitä on Wikipedia? 2014. Wikipedia, avoin tietosanakirja, hakupäivä 20.3.2014.

<<http://fi.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Tietoja>>

Mällinen, Jarmo 2008. Taistelu Pistolsista. Sanomalehti Kaleva, hakupäivä 17.3.2014.

<<http://www.kaleva.fi/viihde/taistelu-pistolsista/292584/>>

Phillips, Sarah 2007. A brief history of Facebook. The Guardian, hakupäivä 20.3.2014.

<<http://www.theguardian.com/technology/2007/jul/25/media.newmedia>>

Pullinen, Jussi 2006. Tee itse oma äänenkannattaja. Ylioppilaslehti, hakupäivä 17.3.2014.

<<http://ylioppilaslehti.fi/2006/04/tee-itse-oma-aanenkannattaja/>>

Seppänen, Janne & Väliverronen, Esa 2012. Mediayhteiskunta. Tampere: Osuuskunta Vastapaino.

Sirkkunen Esa 2008. Vertaismedia haastaa perinteisen joukkoviestinnän. Teoksessa Aula, Pekka, Matikainen, Janne, Villi, Mikko (toim.). Verkkoviestintäkirja. Helsinki: Yliopistopaino.

The Whole Earth Catalog 2014. Wikipedia, avoin tietosanakirja, hakupäivä 17.3.2014.

<http://en.wikipedia.org/wiki/Whole_Earth_Catalog>

Top sites 2014. Alexa, hakupäivä 20.2.2014.

<<http://www.alexa.com/topsites>>

Vertaismedia 2010. Wikipedia, avoin tietosanakirja, hakupäivä 20.3.2014.

<<http://fi.wikipedia.org/wiki/Vertaismedia>>

Viktoriaaninen aikakausi 2014. Wikipedia, avoin tietosanakirja, hakupäivä 12.3.2014.

<http://fi.wikipedia.org/wiki/Viktoriaaninen_aikakausi>

Villi, Mikko 2008. Mediakonvergenssi ja verkkoviestintä. Teoksessa Aula, Pekka, Matikainen, Janne, Villi, Mikko (toim.). Verkkoviestintäkirja. Helsinki: Yliopistopaino.

William Morris 2014. Wikipedia, avoin tietosanakirja, hakupäivä 12.3.2014.

<http://fi.wikipedia.org/wiki/William_Morris>

Zine 2014. Wikipedia, avoin tietosanakirja, hakupäivä 17.3.2014.

<<http://en.wikipedia.org/wiki/Zine>>